

BALANCE POSITIVO PESE A LA DISMINUCIÓN APARENTE DEL NÚMERO DE TURISTAS

El tercer trimestre del año es uno de los dos periodos anuales de menor concurrencia de turistas a Córdoba. En razón de ello lo caracterizamos como temporada baja, aunque haciendo la salvedad de que los meses que lo integran registran diferente grado de afluencia de visitantes.

Las cifras obtenidas por el Observatorio Turístico estiman en 179.699 las personas que han visitado Córdoba durante los meses de referencia. Ello supone una clara disminución con relación al trimestre precedente, justificada por las características temporales de nuestro modelo turístico. Asimismo, supone un claro retroceso (disminución del 9,6%) con relación al mismo trimestre del año 2007, que viene a romper la tendencia alcista y de recuperación que se estaba operando en nuestro turismo. Ni que decir tiene que esta circunstancia es imputable al contexto y situación económica de escala internacional, e independiente de los caracteres de la oferta, que siguen avanzando hacia una posición de excelencia entre los destinos culturales y que, consecuentemente, no es responsable de los resultados negativos, sino que los padece.

Las pernoctaciones, en lógica concordancia con las disminución de los turistas también han disminuido (7,3%), aunque lo han hecho en una proporción menor que los visitantes, de lo cual se deriva el rasgo positivo del aumento de la estancia media en Córdoba, tanto a decir de los datos aportados por la Encuesta de Ocupación Hotelera como del Observatorio Turístico. La ocupación hotelera bajó durante el trimestre en un porcentaje próximo al 7%, que es equivalente al registrado por las pernoctaciones y menor que el correspondiente a los turistas.

Aspecto igualmente negativo del trimestre es la disminución en 4,3% del gasto medio diario. Ello nos pone en evidencia que el motivo de la disminución del flujo turístico es de signo económico y que el origen se halla en la demanda.

Motivos de satisfacción los proporcionan los datos referentes al aumento de las visitas a monumentos y museos -que habrían representado porcentajes espectaculares de no haber sido por el descenso de los turistas- y el elevado grado de complacencia de nuestros turistas tras su visita a Córdoba. El primer dato refuerza la dimensión cultural del turismo cordobés y el segundo garantiza la difusión de una imagen de calidad e incrementa la demanda futura y las tasas de recurrencia.

En la procedencia de los visitantes continúa haciéndose patente el predominio de los turistas españoles y la retracción de los extranjeros, que en último término es la causante de la disminución numérica de los efectivos durante los meses del pasado verano.

La duración de la estancia en Córdoba durante el tercer trimestre no presenta variaciones significativas respecto al trimestre y año precedentes. Sobre los datos solamente se puede hacer el apunte negativo del aumento de quienes no pernoctan en Córdoba y el aspecto positivo de cuantos pernoctan más de tres noches.

En conclusión, un trimestre marcado por el crecimiento negativo del flujo turístico -con sus repercusiones en la ocupación hotelera y en las cifras de gasto- imputable al contexto económico internacional y, en sentido contrario, como hechos muy positivos el aumento de las visitas a monumentos y museos y la excelente valoración de la ciudad por los visitantes.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (PROPIA)	
			INE	HOSTECOR			TOTAL	HOTELES
179.699	293.192		56,27%	58,14%	1,63		2,19	2,10
-9,62%	-7,33%		-7,66%	-6,78%	2,53%		NOCHES	NOCHES
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMENTOS/MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA TURISTAS (INE)		DURACIÓN DE ESTANCIA	
	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	70,71%			SIN PERNOCTA	15,32%
61,65 €	533.961	57.066	REGULAR	24,97%	ESPAÑA	55,29%	1-2 NOCHES	57,92%
-4,30%	1,97%	6,55%	MAL	4,31%	EXTRANJERO	44,71%	+3 NOCHES	26,76%

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
PERFIL						
EDAD						
Menor de 10 años	5,19%	6,64%	4,00%	5,85%	4,06%	3,75%
10 - 18 años	8,15%	9,23%	6,80%	6,34%	5,69%	15,00%
18 - 29 años	25,93%	29,15%	22,80%	17,07%	26,83%	31,25%
30 - 44 años	31,85%	31,36%	31,60%	34,15%	32,53%	22,50%
45 - 65 años	25,93%	22,51%	30,00%	33,17%	26,83%	23,75%
65 años y más	2,96%	1,11%	4,80%	3,41%	4,06%	3,75%
DURACIÓN ESTANCIA						
Sin Pernoctación	15,32%	17,33%	13,11%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	57,92%	50,50%	66,12%	77,70%	73,63%	0,00%
3 - 7 noches	24,42%	28,71%	19,67%	22,30%	25,27%	0,00%
Más de 7 noches	2,34%	3,47%	1,09%	0,00%	1,10%	0,00%
Media	2,19	2,4	1,95	2,01	2,18	0
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	45,71%	43,98%	47,50%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	15,03%	10,84%	19,38%	0,00%	53,85%	0,00%
Pensión	12,88%	10,84%	15,00%	0,00%	46,15%	0,00%
Casa amigos o familiares	15,03%	22,89%	6,88%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	11,35%	11,45%	11,25%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUÓ RESERVA						
Sí	60,53%	47,50%	75,00%	79,45%	81,11%	27,59%
No	39,47%	52,50%	25,00%	20,55%	18,89%	72,41%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	10,27%	4,17%	13,77%	10,16%	5,81%	40,00%
Alojamiento por agencia	14,45%	13,54%	14,97%	21,10%	8,14%	15,00%
Alojamiento directamente	57,04%	76,04%	46,11%	54,69%	68,60%	10,00%
Transporte por agencia	4,56%	2,09%	5,99%	5,46%	2,33%	10,00%
Transporte directamente	13,69%	4,17%	19,16%	8,59%	15,12%	25,00%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	52,47%	100,00%	0,00%	49,32%	39,56%	59,32%
Unión Europea	39,48%	0,00%	83,06%	41,22%	53,85%	25,42%
Resto del mundo	8,05%	0,00%	16,94%	9,46%	6,59%	15,25%
GRUPO						
Solo	10,91%	10,40%	11,48%	4,05%	16,48%	5,08%
Pareja	45,97%	42,57%	49,73%	57,43%	45,05%	38,98%
Familia	23,12%	26,73%	19,13%	27,03%	15,38%	23,73%
Amigos	20,00%	20,30%	19,67%	11,49%	23,08%	32,20%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	78,18%	72,28%	84,70%	90,54%	85,71%	76,27%
Visita amigos o familiares	14,03%	20,79%	6,56%	4,73%	4,40%	6,78%
Trabajo/negocios	1,04%	1,49%	0,55%	0,00%	0,00%	6,78%
Excursiones, visitas...	5,45%	4,46%	6,56%	4,05%	8,79%	6,78%
Estudios	1,30%	0,99%	1,64%	0,68%	1,10%	3,39%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE						
Coche propio	47,12%	74,26%	16,67%	47,30%	37,50%	52,54%
Coche alquilado	11,52%	3,96%	20,00%	14,86%	12,50%	8,47%
Avión	0,52%	0,00%	1,11%	0,68%	0,00%	0,00%
Autobús regular	5,50%	3,96%	7,22%	2,03%	6,82%	3,39%
Autobús discrecional	2,62%	1,49%	3,89%	0,68%	4,55%	6,78%
Moto	0,52%	0,50%	0,56%	0,68%	0,00%	0,00%
Tren	32,20%	15,84%	50,56%	33,78%	38,64%	28,81%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia viajes	3,65%	0,50%	7,14%	4,08%	4,40%	6,78%
Recomend. amigos o familiares	17,19%	19,31%	14,84%	6,12%	13,19%	16,95%
Cultura general	22,92%	18,32%	28,02%	32,65%	24,18%	16,95%
Iniciativa propia	46,35%	55,94%	35,71%	49,66%	43,96%	49,15%
Experiencia propia	5,99%	4,46%	7,69%	4,76%	7,69%	6,78%
Folleto turístico	2,08%	0,99%	3,30%	2,04%	2,20%	1,69%
Oferta o folleto tour operador	0,26%	0,00%	0,55%	0,68%	0,00%	0,00%
Publicidad o información MCS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Clubes o asociaciones	0,78%	0,50%	1,10%	0,00%	2,20%	1,69%
Internet	0,78%	0,00%	1,65%	0,00%	2,20%	0,00%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	11,26%	8,89%	13,96%	12,53%	10,67%	12,21%
Espectáculos, teatros...	3,26%	2,18%	4,50%	4,09%	3,56%	1,53%
Pasear	23,05%	22,53%	23,65%	23,43%	24,89%	25,96%
Descansar	14,31%	16,99%	11,26%	17,44%	15,11%	12,21%
Visitar amigos / familia	5,58%	7,51%	3,38%	1,63%	1,33%	2,29%
Trabajo	0,32%	0,59%	0,00%	0,00%	0,00%	2,29%
Gastronomía	5,48%	3,95%	7,21%	5,18%	7,56%	4,58%
Deportes	0,11%	0,00%	0,23%	0,00%	0,44%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	1,37%	1,39%	1,35%	0,54%	1,33%	1,53%
Visitas culturales	35,26%	35,97%	34,46%	35,15%	35,11%	37,40%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	800,87	410,23	1229,93	781,5	985,7	816,3
Diario	96,97	70,66	125,87	104,88	104,41	109,4
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	61,65	61,41	61,91	71,48	71,52	44,71
NIVEL DE RENTA						
Alta	59,74%	53,96%	66,12%	64,86%	63,74%	61,02%
Media	34,55%	39,11%	29,51%	31,08%	27,47%	37,29%
Baja	5,71%	6,93%	4,37%	4,05%	8,79%	1,69%

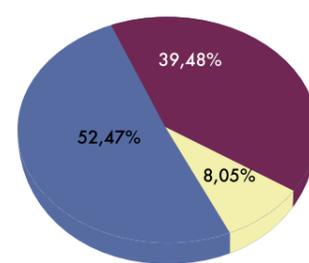
OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES													
	Información Señalización	Precios	Carreteras / Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Activ. Culturales	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	68,90%	58,43%	58,33%	72,90%	81,39%	84,31%	74,14%	83,66%	72,47%	80,97%	70,51%	75,83%	37,45%
Regular	24,13%	34,55%	36,02%	21,41%	16,42%	14,29%	22,81%	15,51%	26,13%	17,22%	25,74%	21,67%	48,73%
Mal	6,97%	7,02%	5,65%	5,69%	2,19%	1,40%	3,04%	0,83%	1,39%	1,81%	3,75%	2,50%	13,82%

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

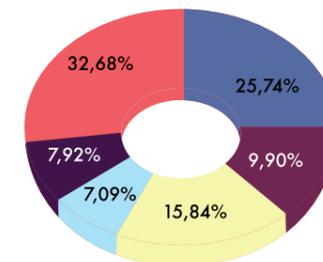
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

General



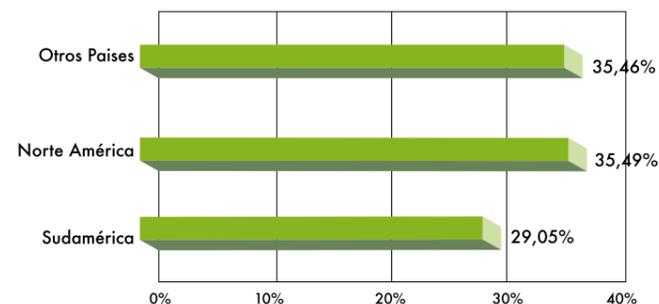
Resto mundo
Unión Europea
España

Espanoles

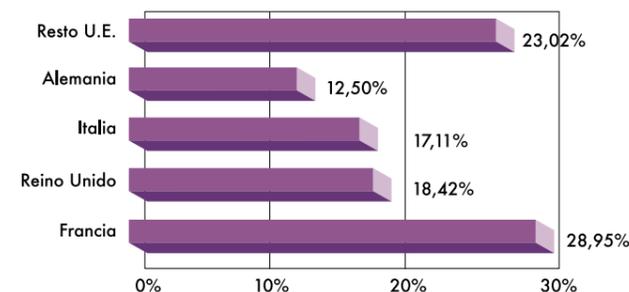


Andalucía
Madrid
Castilla-La Mancha
Cataluña
Resto España

Europeos



Resto del mundo



Los datos aportados por la Encuesta de Coyuntura constituyen la información básica sobre la realidad del turismo cordobés en el trimestre de referencia.

Considerando la edad de nuestros visitantes apreciamos un primer hecho relevante: que aproximadamente el 85% de los mismos tienen entre 18 y 65 años. La presencia del turismo infantil y de tercera edad es muy reducida en nuestra ciudad, lo cual es significativo en sí, por cuanto contribuye a fijar las características del modelo y porque supone un cambio importante con relación a lo observado en años anteriores, en los cuales era mayor la afluencia de jóvenes y niños -sin duda a consecuencia del mayor protagonismo del turismo familiar- y de personas de mayor edad, significadamente de extranjeros.

Si atendemos a la condición de nacionales o extranjeros de nuestros turistas observamos elementos de analogía y de diferencia entre ambos. El primer elemento de analogía responde al mismo modelo de distribución por edad; el segundo es el porcentaje de participación de los turistas de 30 a 44 años (31,5%), que son, a su vez, el grupo más numeroso del turismo cordobés. Como elementos de diferenciación destacamos la mayor edad media de los extranjeros y la menor presencia entre los mismos de niños, adolescentes y personas de primera ocupación, en razón de su mayor dependencia familiar, menor

autonomía y menor disponibilidad económica. Asimismo apreciamos la mayor presencia de extranjeros mayores de 65 años (casi 5% frente al 1% de españoles) que se explica por razones de nivel de vida y que, con todo, supone un porcentaje muy bajo, tanto en el contexto del turismo cultural como en cualquier otro de los modelos turísticos nacionales.

Relacionando la edad de los turistas con la categoría de los hoteles, la conclusión salta a la vista: su relación numérica directamente proporcional. A más edad más demanda de confort y más posibilidad económica de satisfacerla.

Cuestiones importantes y dignas de consideración se deducen de los datos relativos a los excursionistas. De los mismos se colige que los elementos más estables de nuestro turismo son las personas comprendidas entre 30 y 65 años, que son quienes pernoctan en Córdoba en mayor proporción. En sentido contrario destacan las personas de 18 a 29 años, de las cuales casi una tercera parte (31%) no pasan la noche en Córdoba. Aunque este hecho es comprensible por la movilidad y facilidad de desplazamiento de sus protagonistas, no debe pasar desapercibido, y en la medida de lo posible han de adoptarse medidas conducentes a su hospedaje en Córdoba, tanto en orden a la consecución de rentabilidad económica como de fidelización, asistencia a actividades y espectáculos, etc., conscientes de

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

la capacidad de difusión de la imagen turística que tiene un grupo tan dinámico y de propagación de un proyecto tan emblemático como el de capitalidad cultural de 2016.

La estancia media es de 2,19 noches, la cual se eleva hasta 2,4 en los turistas nacionales y disminuye a 1,95 en los extranjeros. La mayoría de las estancias son de una o dos noches (58%) y la cuarta parte de más de tres.

Entre quienes pernoctan, las estancias de menor duración las protagonizan los extranjeros y las de mayor los españoles. Igualmente, en concordancia con lo antedicho, los españoles son quienes presentan las mayores tasas de no pernoctación.

Los datos de la Encuesta indican que los hoteles de superior categoría son los más frecuentados por nuestros turistas (47%); los hoteles de categoría modesta y las pensiones presentan unos porcentajes de hospedaje aproximados entre sí (15 y 13%, respectivamente). Rasgo muy denotativo del turismo cordobés es el elevado porcentaje de alojamiento en casa de amigos y de familiares, modalidad de hospedaje se acogió el 15% de los visitantes.

La mayoría de quienes nos visitaron efectuaron las correspondientes reservas conforme a una práctica que es más común entre los extranjeros que entre los españoles, y similar en todas las categorías de hoteles. La mayoría de las reservas se efectuaron directamente, aunque en mayor medida por parte de los españoles, pues a tal fin la facilidad de la lengua y el conocimiento de los establecimientos facilitan la gestión directa. En sentido contrario llama la atención el menguado y descendente grado de intermediación de las agencias.

El segundo gran conjunto de datos que aporta la Encuesta realizada por el Observatorio Turístico comprende datos relativos a la procedencia, viaje, actividades realizadas, etc.

El 52,5% de los turistas que vinieron a Córdoba durante el tercer trimestre de 2008 son españoles y el 47,5% restantes extranjeros (el 40% de procedencia comunitaria y el 8% del resto del mundo). Comparativamente con el trimestre precedente y con el mismo trimestre del año 2007 se mantienen las proporciones entre unos y otros, aunque vienen acusando una tendencia bajista del turismo internacional -en particular del intercontinental- como consecuencia de la reordenación internacional de los flujos turísticos y de la incidencia del nuevo horizonte económico que nos envuelve hoy día.

En cuanto a la modalidad del viaje en lo concerniente a la composición del grupo o compañía, se aprecia la consolidación de nuevas formas a tono con los caracteres de la sociedad actual. Una décima parte de los turistas viajan solos, casi la mitad en pareja, una cuarta parte en familia y el resto (20%) en grupo. Con relación a los modelos de años anteriores, lo importante es la sustitución de la familia por la pareja como referente sociológico de nuestro turismo.



La ocasión para la realización del viaje a Córdoba es de signo vacacional. Proporción considerablemente inferior es la de quienes viajan por motivos familiares, y aún mucho menor la de quienes lo hacen por motivos de trabajo o negocio, lo cual es uno de los déficits de nuestra realidad turística y cuya amortiguación debería ser objetivo estratégico prioritario.

El medio utilizado para llegar a Córdoba es preferentemente el coche particular, seguido del tren. Naturalmente existe una clara diferencia entre los turistas españoles a favor del primero (74% de uso de coche propio) y de los extranjeros a favor del tren (50%).

Las razones de la elección de Córdoba como destino son de signo marcadamente cultural. En general responden a una iniciativa propia, a la recomendación de amigos o familiares o al deseo de conocer la ciudad a partir de la percepción cultural. Es muy menguada la influencia de las agencias, de los folletos y de los anuncios, indicándonos todo ello el profundo sentido cultural y la dimensión individual de la elección de Córdoba como destino, la cual dispone en ello de un activo que poseen muy pocas ciudades o lugares del mundo y que debe ser garantía de sostenibilidad y uno de los marbetes para la obtención de la capitalidad cultural.

El tercer conjunto de datos que recoge la Encuesta es de naturaleza económica. El presupuesto medio del viaje ha sido de 800 Euros, cantidad bastante mayor que la correspondiente al trimestre precedente, pero levemente inferior a la del tercer trimestre de 2007. El presupuesto medio de los turistas españoles fue de 410 Euros y el de los extranjeros 1.230 Euros. Por categorías de hoteles, los huéspedes de mayor presupuesto no fueron los de categorías superiores, sino los intermedios y modestos, pues fueron ellos los que acogieron mayor proporción de turistas extranjeros.

El gasto medio diario ha sido de 61,6 Euros, resultando equivalente entre españoles y extranjeros y suponiendo una pequeña disminución con relación a los meses y año precedentes.

Por nivel de renta, lo más destacable de nuestros visitantes es la reducción de los turistas que declaran ser titulares de renta baja y el aumento porcentual de quienes se consideran de renta alta.

El último cuadro de datos recoge la valoración de la ciudad por parte de los turistas en diferentes apartados. En general y como viene siendo habitual, son muy altos los porcentajes de satisfacción de nuestros turistas, siendo varios los aspectos -tráfico, conservación de la ciudad- que mejoran con respecto a valoraciones anteriores. Motivo de disconformidad ha sido el aparcamiento y de menor complacencia que en trimestres anteriores los precios, sobre los cuales se aprecia un descenso notable de valoraciones positivas.

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	
JULIO	13.857	-16,69%	JULIO	9.208	2,52%	JULIO	25.800	-4,44%	JULIO	76.001	0,17%
AGOSTO	28.051	11,56%	AGOSTO	14.116	-14,44%	AGOSTO	45.750	24,32%	AGOSTO	106.818	-9,89%
SEPTIEMBRE	25.152	6,72%	SEPTIEMBRE	13.296	-8,05%	SEPTIEMBRE	40.800	-0,61%	SEPTIEMBRE	105.452	1,47%
TOTAL TRIM.	67.060	2,62%	TOTAL TRIM.	36.620	-8,31%	TOTAL TRIM.	112.350	7,15%	TOTAL TRIM.	288.271	-3,37%
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	
JULIO	3.824	--	JULIO	cerrado	--	JULIO	2.271	14,18%	JULIO	3.346	12,06%
AGOSTO	6.046	185,59%	AGOSTO	cerrado	--	AGOSTO	3.120	-9,54%	AGOSTO	4.540	18,23%
SEPTIEMBRE	6.009	230,89%	SEPTIEMBRE	cerrado	--	SEPTIEMBRE	4.535	10,80%	SEPTIEMBRE	6.148	67,47%
TOTAL TRIM.	15.879	235,07%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	9.926	4,14%	TOTAL TRIM.	14.034	33,70%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07	
JULIO	2.655	-8,86%	JULIO	3.329	60,28%	JULIO	cerrado	--	JULIO	cerrado	--
AGOSTO	4.276	-15,91%	AGOSTO	4.777	36,72%	AGOSTO	cerrado	--	AGOSTO	cerrado	--
SEPTIEMBRE	5.539	2,76%	SEPTIEMBRE	2.595	-13,04%	SEPTIEMBRE	cerrado	--	SEPTIEMBRE	cerrado	--
TOTAL TRIM.	12.470	-6,86%	TOTAL TRIM.	10.701	25,08%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	--	--
BAÑOS CALIFALES			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES					
VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07		VISITAS	%var/07				
JULIO	2.818	8,30%	JULIO	2.326	3,10%	JULIO	145.435	1,10%			
AGOSTO	5.509	38,49%	AGOSTO	4.008	4,19%	AGOSTO	227.011	0,92%			
SEPTIEMBRE	5.454	41,30%	SEPTIEMBRE	3.601	-6,61%	SEPTIEMBRE	218.581	5,29%			
TOTAL TRIM.	13.781	32,00%	TOTAL TRIM.	9.935	-0,24%	TOTAL TRIM.	591.027	2,39%			

Al igual que sucedió en el trimestre anterior, el registro agregado de las visitas a los principales monumentos y museos de la ciudad de Córdoba durante los meses estivales ha aumentado, lo cual denota una fortaleza de la demanda y un reforzamiento de su dimensión cultural que llega a contrastar con el retroceso sufrido por la mayoría de variables turísticas analizadas por el Observatorio, consecuencia de la coyuntura económica internacional.

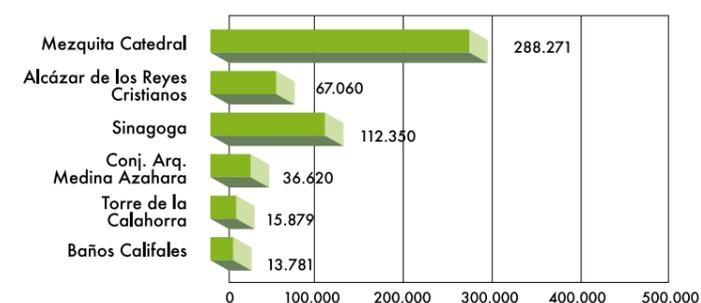
Los datos no dejan lugar a dudas: Córdoba ha registrado durante el tercer trimestre del año 591.027 visitas entre sus centros de interés cultural, cifra que representa un incremento de visitantes del 2,39% respecto al mismo periodo de 2007.

Distinguiendo en función del centro cultural se desprende que, pese a que la concurrencia a monumentos alcanza una cuota en este trimestre del 90%, son nuevamente los museos cordobeses los que evolucionan más positivamente, con un crecimiento agregado del 6,55%, frente al 1,97% que registra la agrupación de monumentos.

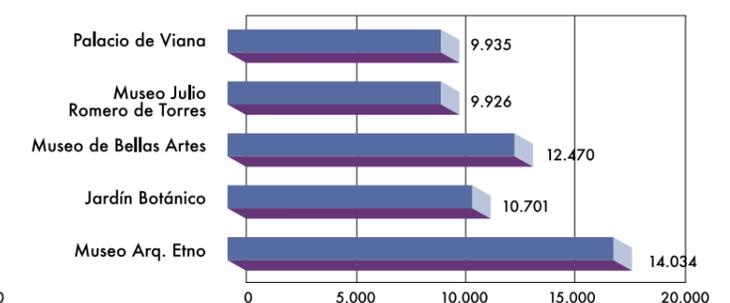
Un análisis más detallado del cuadro de resultados revela que el comportamiento general de las visitas ha sido favorable durante los meses estivales, sin embargo, llama la atención que los centros con mayor poder de atracción, como son la Mezquita-Catedral y el conjunto Arqueológico de Medina Azahara hayan visto mermados sus registros de afluencia respecto a 2007 (-3,37% y -8,31% respectivamente). El resto experimentan crecimientos que oscilan entre el 2,62% del Alcázar de los Reyes Cristianos al 235% de incremento de la Torre de la Calahorra (como consecuencia de la apertura del Puente Romano que favorece el acceso al mismo y que en 2007 estuvo cerrado).

El detalle mensual indica que Agosto es el mes de más visitas, en términos absolutos recibe (227.011), aunque prácticamente en la misma proporción se sitúa Septiembre (218.581 visitas), que destaca además por ser el mes del trimestre con mejor evolución, al crecer respecto al año precedente un 5,29%.

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
JULIO	49.470	-8,88%	80.078	-4,60%
AGOSTO	60.533	-13,11%	105.160	-9,10%
SEPTIEMBRE	69.696	-6,90%	107.954	-7,54%
TOTAL TRIM.	179.699	-9,62%	293.192	-7,33%

fuelle: INE

En sintonía con el trimestre anterior, los datos ahora analizados y, correspondientes a los meses estivales, corroboran el debilitamiento del sector turístico, hecho ya comentado y justificado en el boletín anterior, y que encuentra su explicación en el actual panorama económico internacional.

La demanda hotelera cordobesa ha sufrido de forma más acusada que en el trimestre anterior los efectos de la crisis financiera actual, puesto que los 179.699 viajeros contabilizados en los establecimientos hoteleros de la ciudad han supuesto un descenso del 9,62% respecto al año anterior. Las pernoctaciones también han padecido las consecuencias de la caída de viajeros, si bien, afortunadamente lo han hecho en menor cuantía que la variable anterior, un 7,33%.

Los indicadores analizados muestran disparidades en su comportamiento mensual. De esta forma, y aunque ambos coinciden en situar a Agosto como el mes más desfavorable, al producirse las mayores pérdidas de efectivos (-13,11% si nos

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2008	Var/07	2008	Var/07
JULIO	1,62	4,52%	46,76%	-2,60%
AGOSTO	1,74	4,82%	59,71%	-9,06%
SEPTIEMBRE	1,55	-0,64%	62,35%	-9,85%
TOTAL TRIM.	1,63	2,53%	56,27%	-7,66%

fuelle: INE

referimos al número de viajeros y -9,10% en el caso de pernoctaciones), Julio sufre fuertes descensos en el indicador "viajeros" y Septiembre en el de "pernoctaciones".

Consecuencia del menor descenso de las pernoctaciones es que la estancia media evoluciona al alza, mejorando los registros de 2007 en un 2,53%, situándose en 1,63 noches de media. Julio y Agosto son los protagonistas de este incremento.

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

El INE estima su ocupación en el 56,27% y HOSTECOR en el 58,14%; en ambos casos expresan, no obstante, caídas del 7,66% y 6,78% respectivamente.

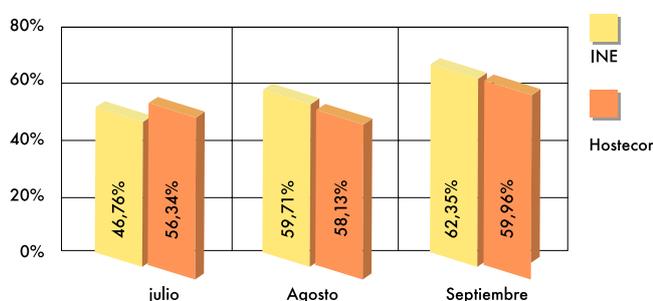
Distinguiendo en función de la categoría hotelera advertimos que los hoteles de cuatro estrellas son los únicos que evolucionan en positivo (incremento del 4,31%), mientras que el resto, como se observa en la tabla, lo hace de forma escalonada pero descendente.

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
JULIO	56,34%	-6,71%	63,25%	1,85%	60,15%	-0,50%	49,45%	-4,63%	52,50%	-13,15%
AGOSTO	58,13%	-6,08%	63,85%	5,54%	62,35%	1,96%	51,30%	-12,23%	55,00%	-10,06%
SEPTIEMBRE	59,96%	-7,51%	66,35%	5,57%	59,10%	-5,36%	55,80%	-6,28%	58,60%	-6,16%
TOTAL TRIM.	58,14%	-6,78%	64,48%	4,31%	60,53%	-1,33%	52,18%	-7,83%	55,37%	-9,75%

fuelle: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor

