

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA

4º Trimestre 2005
BOLETÍN Nº 16

CONSOLIDACIÓN DE LAS TENDENCIAS FAVORABLES Y AUMENTO DEL TURISMO EXTRANJERO

Los datos recogidos por el Observatorio Turístico para el cuarto trimestre de 2005 ponen de manifiesto una realidad bastante favorable, que es culminación de la evolución positiva de los últimos dos años y confirmación de la recuperación turística de nuestra ciudad.

El número de viajeros se estima en 181.989, que suponen un aumento del 7% con relación al mismo trimestre del año 2004, el cual, a su vez, había experimentado un aumento del 8,4% con respecto al año 2003. Ello quiere decir que el turismo de otoño-invierno en los dos últimos años ha crecido en más de un 15%. Y en otro orden de cosas pero redundando en lo expuesto, apreciamos con relación al trimestre estival que el decremento de turistas en el tránsito del tercer al cuarto trimestre ha sido de menos de cinco mil turistas, lo cual ha de interpretarse como rasgo muy positivo.

Balance igualmente positivo presentan las pernoctaciones, que han alcanzado las 279.389, suponiendo un incremento del 6,6%. La ocupación hotelera, según los datos aportados por el INE, también ha mejorado (incremento del 8,68%), si bien los datos aportados por HOSTECOR ponen de manifiesto una realidad diferente, al estimar, por el contrario, que la ocupación hotelera ha decrecido en una proporción del 2,8%.

La estancia media de los turistas en nuestra ciudad según la Encuesta de Ocupación Hotelera se estima en 1,54 noches, prácticamente lo mismo que el trimestre anterior o el mismo trimestre del año precedente.

El gasto medio diario ha experimentado un crecimiento sin precedentes, pues ha pasado de 51 a 62 euros, lo que supone un aumento de casi el 25%. Este crecimiento es consecuencia de una tendencia producida gradualmente a lo largo del año 2005 y que no es expresiva de la mayor disponibilidad de gasto de nuestros turistas, sino, más bien, del incremento de los precios, que obliga a un desembolso mayor en cada jornada.

Las visitas a monumentos y museos han aumentado en una proporción muy satisfactoria: 11,5%, lo cual es gratificante porque al representar un porcentaje mayor que el de incremento de los turistas, nos indica que se ha acrecentado la dimensión cultural de nuestra ciudad en la percepción de quienes nos visitan.

La valoración de nuestra ciudad por los turistas continúa siendo excelente, como lo demuestra el hecho de que casi las tres cuartas partes muestra un alto grado de satisfacción.

Respecto a la procedencia de los turistas, se aprecia clarísimamente un aumento del turismo extranjero, y aunque el predominio de españoles sobre extranjeros es evidente -en proporción de dos a uno-, la proporción es hoy mucho menor que hace un año, cuando alcanzaba los valores de cuatro turistas españoles por uno extranjero.

Datos discretos son los referentes a la duración de la estancia, apreciándose dos rasgos de signo opuesto: el aumento de los excursionistas hasta el 20% y la disminución casi hasta el mismo porcentaje de las estancias de tres o más noches, lo cual redonda y explica el acortamiento de la estancia.

En definitiva, un trimestre marcado por la clara recuperación estadística del número de visitantes y de las pernoctaciones, así como por el incremento del gasto medio diario y la recuperación del turismo extranjero, aunque con la rémora de unas estancias demasiado cortas.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

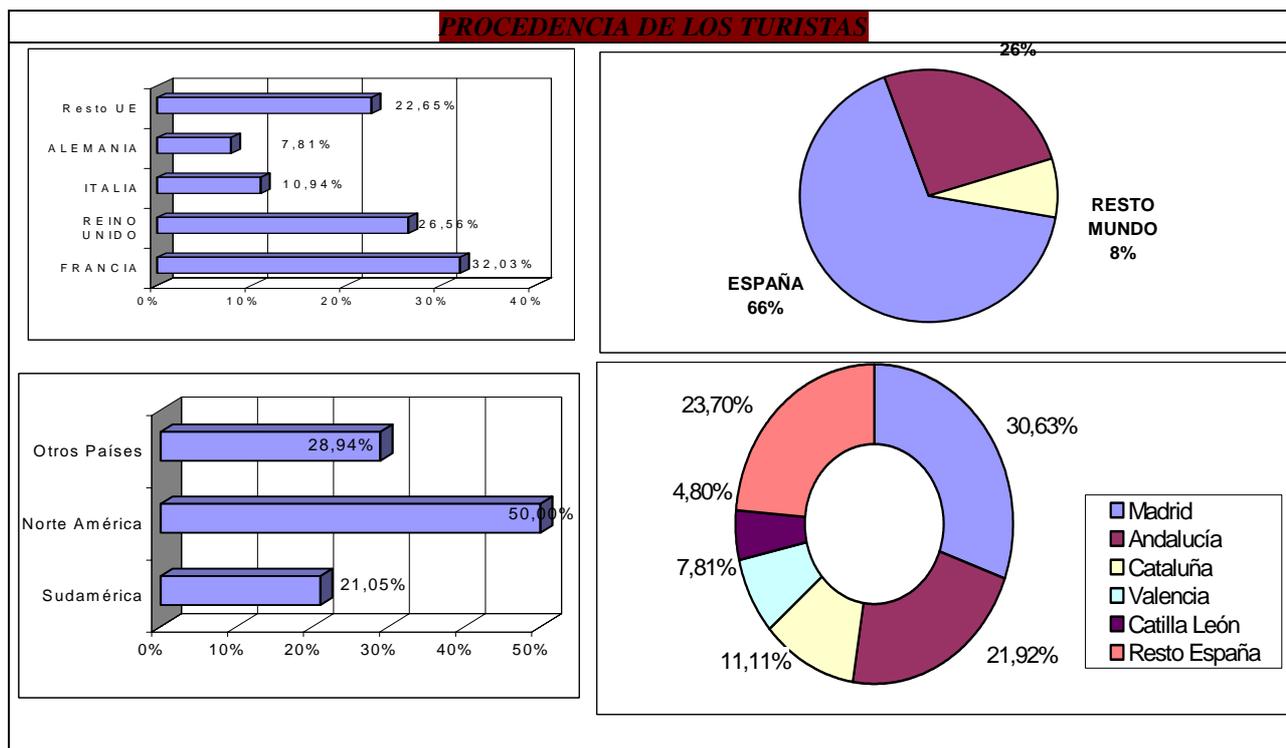
VIAJEROS	PERNOCTACIONES		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA	ESTANCIA MEDIA (propia)		
			INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES	
181.989	279.389		53,61%	57,23%	1,54 noches	2,34	1,98	
7,00%	6,57%		8,68%	-2,80%	-0,08%	noches	noches	
GMD	MONUMET. / MUSEOS		VALORACIÓN		PROCEDENCIA		DURACIÓN ESTANCIA	
	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN		España		Sin Pernocta	
62,09 €	454.488	62.405	REGULAR	74,84%	U.Europea	66,80%	1 - 2 noches	20,00%
24,88%	11,48%	-0,61%	MAL	18,13%	R.del Mundo	25,60%	+ 3 noches	58,80%
				7,03%		7,60%		21,20%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA						
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
PERFIL						
EDAD						
Menor de 10 años	4,07%	4,39%	4,31%	5,02%	2,02%	3,88%
10 - 18 años	5,69%	5,12%	6,22%	6,27%	3,38%	6,98%
18 - 29 años	29,27%	30,49%	27,28%	15,48%	33,78%	31,78%
30 - 44 años	33,33%	34,63%	30,62%	38,91%	35,81%	25,58%
45 - 65 años	21,95%	19,02%	28,23%	28,87%	20,95%	22,48%
65 años y más	5,69%	6,34%	3,35%	5,44%	4,06%	9,30%
DURACION ESTANCIA						
Sin Pernoctación	20,00%	19,16%	21,69%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	58,80%	57,19%	62,05%	78,07%	76,56%	0,00%
3 - 7 noches	20,00%	23,35%	13,25%	21,93%	23,44%	0,00%
Más de 7 noches	1,20%	0,30%	3,01%	0,00%	0,00%	0,00%
Media	2,3	1,78	3,48	2,02	1,93	
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	46,75%	44,44%	51,54%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	15,50%	15,56%	15,38%	0,00%	48,44%	0,00%
Pensión	16,50%	17,04%	15,38%	0,00%	51,56%	0,00%
Casa amigos o familiares	11,50%	13,70%	6,92%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	9,75%	9,26%	10,77%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUO RESERVA						
Sí	64,57%	66,67%	60,38%	90,56%	67,20%	42,39%
No	35,43%	33,33%	39,62%	9,44%	32,80%	57,61%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	11,50%	5,31%	22,95%	16,67%	1,06%	19,05%
Alojamiento por agencia	28,74%	31,41%	23,77%	38,17%	23,40%	16,67%
Alojamiento directamente	35,35%	44,25%	18,85%	31,18%	57,45%	7,14%
Transporte por agencia	5,74%	4,43%	8,20%	4,84%	5,32%	11,90%
Transporte directamente	18,67%	14,60%	26,23%	9,14%	12,77%	45,24%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	66,80%	100,00%	0,00%	64,17%	68,75%	64,00%
Unión Europea	25,60%	0,00%	77,11%	26,20%	25,00%	28,00%
Resto del mundo	7,60%	0,00%	22,89%	9,63%	6,25%	8,00%
GRUPO						
Solo	12,65%	6,93%	24,10%	8,56%	11,81%	9,00%
Pareja	46,79%	51,20%	37,95%	57,22%	57,48%	31,00%
Familia	13,86%	13,55%	14,46%	17,11%	10,24%	10,00%
Amigos	26,71%	28,31%	23,49%	17,11%	20,47%	50,00%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	71,94%	71,17%	73,49%	82,80%	86,72%	62,00%
Visita amigos o familiares	8,82%	10,81%	4,82%	2,69%	2,34%	0,00%
Trabajo/negocios	5,61%	3,60%	9,64%	8,60%	3,13%	4,00%
Excursiones, visitas...	10,82%	13,81%	4,82%	5,91%	6,25%	30,00%
Estudios	2,81%	0,60%	7,23%	0,00%	1,56%	4,00%
ULTIMO MEDIO TRANSPTE						
Coche propio	37,98%	52,12%	9,70%	40,66%	43,75%	27,00%
Coche alquilado	5,45%	2,12%	12,12%	8,79%	6,25%	3,00%
Avión regular	--	--	--	--	--	--
Autobús regular	14,14%	11,21%	20,00%	5,49%	17,19%	18,00%
Autobús discrecional	5,66%	4,85%	7,27%	4,95%	1,56%	16,00%
Moto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tren	36,77%	29,70%	50,91%	40,11%	31,25%	36,00%
COMO ELIGIO DESTINO						
Recomendación agencia viajes	3,28%	1,83%	6,25%	6,08%	3,15%	1,02%
Recomend. amigos o familiares	21,31%	21,95%	20,00%	14,36%	16,54%	21,43%
Cultura general	30,74%	29,27%	33,75%	33,70%	29,92%	32,65%
Iniciativa propia	36,27%	38,72%	31,25%	37,57%	45,67%	30,61%
Experiencia propia	2,66%	3,35%	1,25%	3,87%	0,00%	3,06%
Folletos turísticos	1,23%	0,30%	3,13%	1,66%	0,00%	3,06%
Oferta o folleto touroperador	0,82%	1,22%	0,00%	1,10%	0,00%	2,04%
Publicidad o información MCS	--	--	--	--	--	--
Clubes o asociaciones	2,05%	2,13%	1,88%	0,00%	1,57%	6,12%
Internet	1,64%	1,22%	2,50%	1,66%	3,15%	0,00%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	8,22%	6,89%	14,61%	7,08%	8,89%	10,09%
Espectáculos, teatros...	1,26%	0,81%	2,86%	1,34%	1,08%	0,88%
Pasear	25,93%	26,29%	34,67%	26,39%	25,87%	28,07%
Descansar	11,26%	11,71%	14,33%	10,90%	15,09%	11,40%
Visitar amigos / familia	6,07%	7,00%	6,02%	3,06%	3,77%	3,07%
Trabajo	2,74%	1,72%	6,30%	3,63%	1,62%	2,63%
Gastronomía	11,41%	11,14%	16,33%	15,11%	12,13%	9,65%
Deportes	0,22%	0,12%	0,57%	0,19%	0,27%	0,44%
Diversión (discotecas, pubs...)	3,56%	3,79%	4,30%	1,34%	3,77%	1,75%
Visitas culturales	29,33%	30,54%	37,25%	30,97%	27,49%	32,02%
DATOS ECONOMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	383,15	269,06	612,69	439,77	376,47	179,3
Diario	82,07	64,53	117,35	100,26	86,71	67,17
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	62,09	55,3	75,84	79,74	63,27	40,68
NIVEL DE RENTA						
Alta	62,00%	53,59%	78,92%	66,84%	58,59%	63,00%
Media	25,80%	29,34%	18,67%	19,79%	32,03%	27,00%
Baja	12,20%	17,07%	2,41%	13,37%	9,38%	10,00%

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	65,86%	57,23%	83,16%	89,95%	87,78%	81,34%	94,08%	79,40%	85,74%	75,40%	81,62%	16,54%
Regular	26,51%	35,03%	14,76%	9,80%	11,56%	17,91%	5,92%	18,81%	12,79%	23,19%	16,97%	24,29%
Mal	7,63%	7,74%	2,08%	0,25%	0,67%	0,75%	0,00%	1,79%	1,47%	1,41%	1,41%	59,17%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda



El modelo cordobés se caracteriza por la homodistribución de sus protagonistas por grupos de edades: una tercera parte es de mediana edad, algo más de la tercera parte tienen menos de 30 años y el 30% más de 45 años. La conclusión es el predominio del turismo joven y de mediana edad, con muy escaso significado del turismo infantil y juvenil –que normalmente viaja en familia- y del turismo de mayor edad. Si atendemos a la distribución entre españoles y extranjeros, apreciamos rasgos de similitud y de contraste, en el sentido de que los porcentajes de turismo infantil y juvenil son casi equivalentes. En cambio hay grandes diferencias en los restantes grupos de edades, que se pueden concretar en el mayor porcentaje que suponen los españoles de 18 a 44 años y de personas ancianas y en la menor proporción de los españoles con relación a los foráneos en la edad de 45-65 años.

Comparando la edad con el tipo de alojamiento, advertimos claramente que los hoteles de categoría superior son frecuentados en mayor medida por huéspedes de 30 a 65 años, como corresponde a la demanda de confort acorde con la plenitud laboral y bienestar económico. Igual sucede con niños y jóvenes que acompañan a los anteriores.

Respecto a la duración de la estancia, destacamos que la quinta parte de quienes nos visitan no pernocta en Córdoba, que tres de cada cinco lo hacen una o dos noches y que solamente la quinta parte restante permanece tres o más noches. En conjunto una pernoctación media de 2,3 noches. Son los extranjeros quienes presentan mayores porcentajes de no pernoctación y de estancias breves.

Por tipo de alojamiento, observamos que casi la mitad de los huéspedes se alojan en hoteles de cuatro ó tres estrellas, que son los que ofrecen mayor número de plazas. A mucha distancia quedan los hoteles de dos ó una estrella y las pensiones, que alojan cada uno en torno al 16% de los turistas. Esta última es una proporción demasiado baja que convendría incentivar en aras del fortalecimiento de un turismo sostenible e integrado en la trama urbana del espacio de visitas turísticas.

Porcentaje igualmente muy significativo, aunque en proporción mucho más moderada que en trimestres anteriores, es el que corresponde a los alojamientos en casa de amigos y familiares.

La reserva de alojamiento es una práctica que ya realizan las dos terceras partes de los turistas, y que efectúan en mucha mayor medida quienes se alojan en establecimientos de categoría superior. Los españoles efectúan su reserva directamente. Los extranjeros utilizan la agencia tanto para la gestión del alojamiento como del viaje, siendo mayor el porcentaje de intervención personal por parte de quienes lo hacen en los establecimientos modestos.

Por modalidad de viaje, casi la mitad de nuestros visitantes lo hacen en pareja. Retrocede el turismo familiar, que ha registrado en los meses de referencia uno de sus valores más bajos. La modalidad de turismo individual desciende hasta el

Encuesta de Coyuntura a la Demanda

13%, mientras que el realizado en compañía de amigos incluye en esta época del año a más de la cuarta parte de los turistas.

Los motivos del viaje hasta Córdoba siguen siendo abrumadoramente de signo lúdico o vacacional, de sentido familiar y en una proporción muy exigua de trabajo/negocios o estudios. Estas dos últimas modalidades son del máximo interés, debiendo fomentarse los congresos y propiciar el turismo escolar, por ser ambas actuaciones una excelente inversión *ad futurum*.

Respecto al último medio de transporte empleado por los turistas para llegar a Córdoba, predominan el coche propio y el tren, medio en el que acceden en torno al 37% de los visitantes. Ahora bien, si atendemos a la condición nacional o extranjera observamos que los primeros utilizan en su mayoría el vehículo propio, en segundo lugar el tren y en proporción menor el autobús. Los extranjeros llegan preferentemente en tren, en autobús o en coche de alquiler. Cruzando estos datos con los de alojamiento destaca el hecho de que una parte de quienes no pernoctan en Córdoba han llegado en autobús y en tren, lo cual es indicativo de la accesibilidad a Córdoba por ferrocarril y de la paradoja de que siendo éste un excelente medio para venir, también lo es para el regreso casi inmediato. Entre las motivaciones para la elección de Córdoba como destino turístico destaca en primer lugar la iniciativa propia, aunque son muy destacables la cultura y las recomendaciones de amigos o familiares. En sentido contrario destaca, a decir de los encuestados, la escasa influencia de las agencias de viajes, folletos turísticos o Internet.

Las actividades que realizan los turistas están relacionadas con la dimensión cultural, sobre todo en lo que a visitas a monumentos se refiere. Destaca también el paseo o descanso, como corresponde a unas vacaciones. Y un lugar muy por debajo de lo deseable, lo ocupan la asistencia a teatros y espectáculos, tal vez por una percepción turística excesivamente focalizada en lo monumental.

Los datos económicos del trimestre son del máximo interés.

El presupuesto del viaje ha aumentado hasta 383 Euros y el diario hasta 82. Con relación al mismo trimestre de 2004 el presupuesto total ha aumentado en un 15% y el diario en un 30%; lo cual guarda relación con el encarecimiento de la estancia y repercute en el acortamiento de la misma.

Los datos expresan una realidad diferenciada entre españoles y extranjeros; mientras el presupuesto medio de los turistas españoles ha aumentado, el de los extranjeros, pese a duplicar en cuantía al de los españoles, ha descendido notabilísimamente en cantidad, justamente cuando aumentan. Esta circunstancia nos indica que el aumento extranjeros se está operando sobre la concurrencia de turistas de menor poder adquisitivo. Se aprecia también una disminución del presupuesto entre quienes no pernoctan, de donde se deduce que la mayor partida presupuestaria es la destinada a alojamiento.

En lo que respecta al gasto medio real, se estima en 62 Euros (55 para españoles y 76 para extranjeros).

Respecto a la valoración de Córdoba por los turistas, se repiten las puntuaciones muy favorables, siendo los aspectos peor valorados los concernientes a información/señalización, precios y, muy particularmente, al tráfico y aparcamiento.

Durante el último trimestre de 2005 ha continuado el predominio numérico de los turistas españoles sobre los extranjeros en proporción de dos a uno, con porcentajes del 67 y 23%, respectivamente. Estos porcentajes suponen un avance ciertamente notable de los turistas extranjeros.

Como viene siendo habitual entre nuestros visitantes españoles, la mitad son andaluces o madrileños. En este trimestre el primer puesto corresponde a los residentes en la capital de España (30,6%) y el segundo a los andaluces (22%). El tercer lugar por concurrencia lo ocupan los catalanes, y el cuarto los valencianos, en razón del continente propiamente demográfico de ambas regiones.

En relación con los turistas extranjeros, la mayor parte son europeos y solamente el 8% procede de otras partes del mundo. Este fenómeno de mayor presencia europea se ha acrecentado en el trimestre de referencia y, en buena medida, debe ser el responsable de la disminución presupuestaria, pues ha incorporado efectivos de menor poder adquisitivo.

Entre los turistas europeos asistimos al mantenimiento del turismo francés, al espectacular avance del turismo británico y al retroceso sin precedentes del turismo alemán (7,81%). Respecto al turismo extraeuropeo que visita Córdoba, constatamos por primera vez en varios años el avance considerable del turismo norteamericano, que ha llegado al 50%, el fortísimo retroceso del sudamericano y el aumento del procedente de otros países, como Japón.

Principales Lugares de Interés

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04
OCTUBRE	31.174	-7,09%	OCTUBRE	18.400	0,77%	OCTUBRE	33.600	86,67%	OCTUBRE	116.717	2,79%
NOVIEMBRE	19.083	-9,58%	NOVIEMBRE	14.499	12,40%	NOVIEMBRE	21.800	81,67%	NOVIEMBRE	65.988	16,77%
DICIEMBRE	24.657	17,98%	DICIEMBRE	15.375	21,67%	DICIEMBRE	18.800	34,29%	DICIEMBRE	61.540	10,24%
TOTAL TRIM.	74.914	-0,85%	TOTAL TRIM.	48.274	10,22%	TOTAL TRIM.	74.200	68,64%	TOTAL TRIM.	244.245	8,13%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04
OCTUBRE	7353*	-18,64%	OCTUBRE	cerrado	--	OCTUBRE	5.481	-14,09%	OCTUBRE	4.464	25,15%
NOVIEMBRE	2.318	-42,88%	NOVIEMBRE	cerrado	--	NOVIEMBRE	6.349	43,00%	NOVIEMBRE	4.278	38,31%
DICIEMBRE	3.184	-40,61%	DICIEMBRE	cerrado	--	DICIEMBRE	5.449	16,21%	DICIEMBRE	5.225	134,09%
TOTAL TRIM.	5.502	-70,19%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	17.279	11,41%	TOTAL TRIM.	13.967	57,07%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04
OCTUBRE	732	-89,21%	OCTUBRE	2.141	12,45%	OCTUBRE	4.017	-4,74%	OCTUBRE	965	-0,62%
NOVIEMBRE	cerrado**	--	NOVIEMBRE	2.915	-16,86%	NOVIEMBRE	3.923	-19,15%	NOVIEMBRE	800	14,78%
DICIEMBRE	5.884	36,33%	DICIEMBRE	5.473	-19,40%	DICIEMBRE	3.719	0,60%	DICIEMBRE	590	-9,65%
TOTAL TRIM.	6.616	-57,07%	TOTAL TRIM.	10.529	-13,70%	TOTAL TRIM.	11.659	-8,67%	TOTAL TRIM.	2.355	1,46%
BAÑOS CALIFALES			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04						
OCTUBRE	cerrado	--	OCTUBRE	225.044	4,08%						
NOVIEMBRE	cerrado	--	NOVIEMBRE	141.953	15,26%						
DICIEMBRE	cerrado	--	DICIEMBRE	149.896	14,34%						
TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	516.893	9,87%						

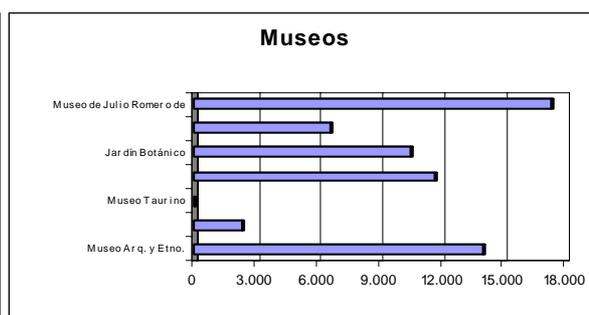
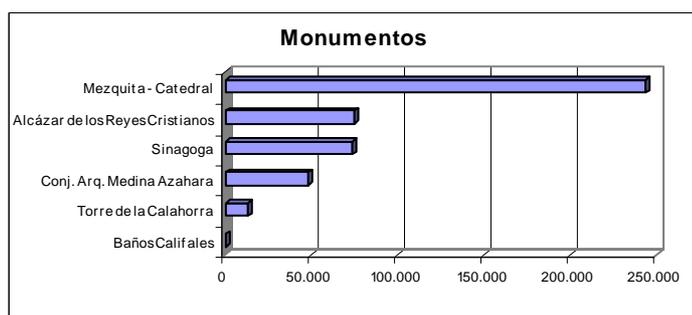
El cómputo total de visitas a monumentos y museos cordobeses se encuentra en sintonía con el resto de indicadores turísticos al crecer en el último trimestre del año un 9,87%, lo que indica que, entre unos y otros, se han recibido 516.893 turistas. En términos absolutos Octubre obtiene los mejores resultados, ya que las buenas condiciones climatológicas hacen de él un mes muy favorable para el turismo, aunque el crecimiento en términos porcentuales de Noviembre y Diciembre son dignos de mención al sobrepasar, respecto al año anterior, los 14 puntos porcentuales.

Lo más favorable del trimestre es que las entradas han crecido por encima del número de viajeros, lo que indica nuevamente el interés por el turismo cultural, básico para la sostenibilidad de nuestro modelo turístico.

Las diferencias entre monumentos y museos vuelven a ser evidentes. Los primeros han recibido a 454.488 visitantes, lo que supone un 11,48% más que en el mismo trimestre de 2004, mientras que los museos permanecen más estancados al saldarse con 62.405 entradas, cifra similar a la obtenida el año anterior.

El principal atractivo turístico cordobés, la Mezquita-Catedral, ha contabilizado 244.245 entradas y ha experimentado un crecimiento superior a los 8 puntos porcentuales, aunque la evolución más notable la ha vivido la Sinagoga al registrar un 68% más de visitas que en 2004. El descenso más destacado corresponde a la Torre de la Calahorra, que ha padecido de forma significativa el corte al tráfico, tanto peatonal como rodado, del Puente Romano, que era su principal vía de acceso.

Entre los museos, el Julio Romero de Torres ha sido el más visitado con un saldo de 17.279 personas, mientras que el Museo Arqueológico se le aproxima, mostrando a su vez una destacadísima evolución (crecimiento del 57%). El elevado descenso del Museo de Bellas Artes ha sido como consecuencia de su cierre por problemas técnicos. Junto con él han permanecido cerrados otros dos centros de interés turístico: los Baños Califales y el Museo Taurino.



Demanda Hotelera

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES				
FUENTE: INE	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2005	var/04	2005	var/04
OCTUBRE	75.910	10,20%	113.934	11,20%
NOVIEMBRE	51.411	-1,56%	78.916	-1,02%
DICIEMBRE	54.668	11,62%	86.539	8,22%
TOTAL TRIM.	181.989	7,00%	279.389	6,57%

La evolución alcista experimentada por los principales indicadores turísticos a lo largo del 2005 ha continuado también en el último trimestre del año, como demuestra el hecho de que tanto el número de viajeros como de pernoctaciones hayan seguido creciendo.

Los 181.989 viajeros que ha recibido la ciudad han supuesto un incremento del 7% respecto a 2004, lo que ha originado 279.389 pernoctaciones y un crecimiento de éstas del 6,57%. El aumento un tanto más moderado de las pernoctaciones ha provocado que la estancia media, cifrada en 1,54 noches, descienda, aunque muy levemente (-0,08%).

Por meses y en valores absolutos, Octubre ha sido el mejor, con un positivo incremento de las pernoctaciones por encima de los visitantes, si bien, su estancia ha sido la más moderada del trimestre. En el lado opuesto se encuentra Noviembre, que registró descensos, aunque reducidos, en los anteriormente citados indicadores, a excepción de la estancia media.

Más favorable aún que los datos anteriores es el grado de ocupación en establecimientos hoteleros facilitado por el INE, que continúa mejorando respecto al año precedente al aumentar un 8,68% como consecuencia de cifrar su grado de

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN				
FUENTE: INE	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2005	var/04	2005	var/04
OCTUBRE	1,50	0,67%	62,43%	10,61%
NOVIEMBRE	1,54	0,65%	47,63%	3,01%
DICIEMBRE	1,58	-3,07%	50,78%	12,07%
TOTAL TRIM.	1,54	-0,08%	53,61%	8,68%

ocupación en el 53,61%. Por contra, Hostecor difiere respecto al INE, puesto que su ocupación, referida tan sólo a hoteles, es un tanto superior, 57,23%, pero su variación respecto a 2004 es negativa en 2,8 puntos porcentuales.

Por categorías hoteleras todos los establecimientos han visto descender su ocupación en este último trimestre, obteniéndose las mejores ocupaciones en los hoteles de superior categoría (4 y 3 estrellas), aunque su evolución también es negativa, si bien más reducida que en el resto de establecimientos hoteleros.

GRADO DE OCUPACIÓN (%)										
FUENTE: HOSTECOR	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2005	var/04	2005	var/04	2005	var/04	2005	var/04	2005	var/04
OCTUBRE	69,96%	-5,39%	79,90%	-0,71%	78,22%	-1,27%	60,23%	-4,88%	61,50%	-15,49%
NOVIEMBRE	53,68%	-2,20%	61,25%	-1,75%	57,78%	-3,67%	45,87%	-2,69%	49,80%	-0,56%
DICIEMBRE	48,07%	0,54%	54,63%	-3,12%	50,10%	2,10%	41,33%	1,10%	46,20%	2,92%
TOTAL TRIM.	57,23%	-2,80%	65,26%	-1,72%	62,03%	-1,16%	49,14%	-2,58%	52,50%	-6,10%

