

LA SITUACIÓN DE INCERTIDUMBRE INTERNACIONAL AFECTÓ AL TURISMO DE CÓRDOBA

Recientemente ha visto la luz el Informe correspondiente al año 2002, realizado por el Observatorio Turístico de Córdoba. Entre las muchas conclusiones de interés que aporta, destacan las relativas a la caracterización del modelo turístico de nuestra ciudad, que presenta cuatro estaciones turísticas - dos altas y dos bajas - que se diferencian tanto por la cantidad de visitantes como por el perfil de los mismos.

La estación de menor afluencia turística es la invernal, y halla su expresión estadística en el hecho de que los meses Enero-Marzo son los menos concurridos por el turismo.

Es exactamente en este sentido en el que cabe interpretar los datos correspondientes al primer trimestre del año 2003, que estiman en 119.536 la cifra de turistas venidos a Córdoba, la cual viene a representar el mínimo absoluto de visitantes trimestrales en el tiempo de funcionamiento del Observatorio.

A la hora de interpretar y valorar la expresada cifra, hemos de situarnos en un doble contexto. De una parte, el correspondiente al aludido modelo turístico cordobés, que justifica las bajas cifras de turistas en esta época del año y, de otra parte, la repercusión negativa que han podido tener dos fenómenos de naturaleza diferente pero de significado regresivo: La guerra de Irak, declarada a finales de Marzo pero precedida de una atmósfera de inminencia que ha paralizado los flujos turísticos, y el hecho de que la Semana Santa, a diferencia del año 2002 se haya celebrado en el mes de Abril, lo que ha mermado los efectivos turísticos del primer trimestre en beneficio del segundo. Todo ello justifica suficientemente el dato del parco número de turistas, así como la disminución del 9 % experimentada por éstos con relación al mismo trimestre del año anterior.

En el mismo sentido y respondiendo a idénticos factores, los datos

obtenidos nos indican que también han descendido las pernотaciones en Córdoba, aunque en una proporción menor que los viajeros, lo cual es indicativo de un leve incremento de la estancia media, que siempre es muy satisfactorio si consideramos que uno de nuestros anhelos es el de romper el marbete de ciudad de paso que etiqueta a nuestra ciudad.

Entre los aspectos más negativos del trimestre pasado destacan los relativos al gasto medio diario, a la procedencia de los turistas y a la duración de la estancia.

El gasto medio diario fue de algo menos de 47 Euros, muy por debajo de los casi 69 correspondientes al mismo período del año anterior. Esta situación no es ajena a la procedencia de los turistas y a la condición socioeconómica de cada uno de ellos. En este sentido asistimos a una considerable elevación de las tasas de turistas nacionales que desde finales de verano de 2002 han pasado del 40 al 59 %. Estas circunstancias, pues, han influido en el turismo cordobés en un doble sentido negativo: de una parte en la disminución de las cifras absolutas de turistas y, de otra, la retracción de los de mayor poder adquisitivo, con las consiguientes repercusiones negativas para nuestra economía.

La duración de la estancia de los turistas en Córdoba también se ha modificado de acuerdo con las variaciones anteriores, presentando signos, igualmente negativos: elevado porcentaje de no pernотaciones (que han pasado en un año del 21 al 31 %), aumento de las pernотaciones cortas y acusadísima reducción de las pernотaciones de duración superior a tres días que han bajado del 29 al 12 %. La valoración de la ciudad de Córdoba por parte de los turistas ha continuado siendo buena, con unos porcentajes de satisfacción superiores al 70 %, que constituyen uno de nuestros principales haberes para recuperar posiciones en los trimestres venideros.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

Viajeros (EOH)	Pernotaciones (EOH)		Ocupación Hotelera		Estancia Media (EOH)		Estancia Media (propia)	
			INE	HOSTECOR			TOTAL	HOTELES
119.536	179.171		39,651 %	62,27 %	1,50 noches		1,9 noches	2,43 noches
-9,03 %	-7,57 %		-12,52 %	-0,41 %	1,60 %			
Gasto Medio Diario	Visitas a Monumentos / Museos		Valoración de Córdoba		Procedencia de los turistas		Duración de la estancia	
	Monumentos	Museos	Bien	71,32 %	España	58,58 %	Sin pernoctar	30,77 %
46,78 euros	355.103	74.462	Regular	23,58 %	Resto Europa	31,76 %	1 - 2 noches	57,00 %
	23,24 %	-13.60 %	Mal	5.10 %	Resto Mundo	9.66 %	+3 noches	12,23 %

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

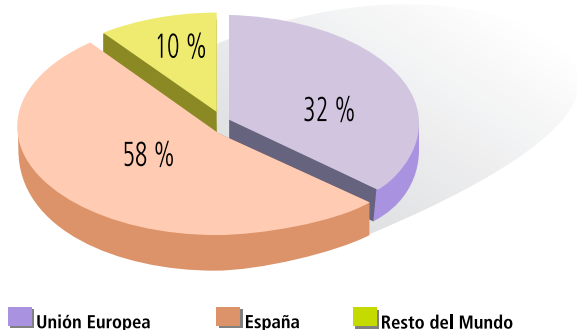
CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA												
TOTAL			NACIONALES		EXTRANJEROS		HOTELES 3 Y 4 *		RESTO HOTELES		NO PERNOCTA	
PERFIL												
EDAD												
Menor de 18 años			2,77%		2,36%		3,33%		0,00%		3,23%	
18 - 29 años			33,99%		34,12%		33,81%		23,35%		29,68%	
30 - 39 años			22,33%		22,64%		21,90%		28,43%		19,35%	
40 - 49 años			20,55%		21,28%		19,52%		24,37%		25,16%	
50 - 59 años			13,83%		11,82%		16,67%		17,26%		14,19%	
60 años y más			6,52%		7,77%		4,76%		6,60%		8,39%	
DURACIÓN ESTANCIA												
Sin Pernoctación			30,77%		34,01%		26,19%		--		100,00%	
1 - 2 noches			57,00%		53,20%		62,38%		87,31%		--	
3 - 7 noches			10,45%		11,45%		9,05%		12,18%		--	
Más de 7 noches			1,78%		1,34%		2,38%		0,51%		--	
Media			1,9		1,53		2,43		1,85		--	
TIPO DE ALOJAMIENTO												
Hoteles 3 y 4 *			56,12%		56,63%		55,49%		--		--	
Hoteles 1 y 2 *			15,38%		16,32%		14,20%		--		--	
Pensión			7,69%		4,59%		11,61%		--		--	
Casa amigos o familiares			12,25%		16,33%		7,10%		--		--	
Resto			8,54%		6,12%		11,61%		--		--	
EFECTUÓ RESERVA												
Sí			64,61%		59,86%		71,29%		90,36%		40,26%	
No			35,39%		40,14%		28,71%		9,64%		59,74%	
TIPO DE RESERVA												
Viaje organizado por agencia			33,54%		31,25%		36,24%		30,90%		50,00%	
Alojamiento por agencia			28,31%		32,95%		22,82%		41,57%		4,84%	
Alojamiento directamente			24,92%		26,70%		22,82%		23,60%		9,68%	
Transporte por agencia			22,77%		16,48%		30,20%		23,60%		27,42%	
Transporte directamente			14,77%		13,07%		16,78%		12,36%		12,90%	
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA												
LUGAR DE RESIDENCIA												
España			58,58%		--		--		56,35%		64,74%	
Unión Europea			31,76%		--		--		32,99%		26,28%	
Resto del mundo			9,66%		--		--		10,66%		8,97%	
GRUPO												
Solo			15,78%		15,15%		16,67%		10,15%		17,31%	
Pareja			39,64%		39,39%		40,00%		50,25%		31,41%	
Familia			14,99%		14,81%		15,24%		17,26%		16,67%	
Amigos			29,59%		30,64%		28,10%		22,34%		34,62%	
TIPO DE VIAJE												
De ocio o descanso			77,71%		79,12%		75,71%		83,76%		70,51%	
De incentivos o congresos			1,97%		2,36%		1,43%		4,57%		0,00%	
De circuito			2,96%		2,02%		4,29%		1,02%		5,13%	
Deportivo			0,79%		1,01%		0,48%		1,52%		0,00%	
Salud			6,31%		4,04%		9,52%		2,03%		8,33%	
Trabajo			7,69%		10,44%		3,81%		6,60%		13,46%	
Estudios			2,56%		1,01%		3,76%		0,51%		2,56%	
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE												
Coche propio			36,00%		48,65%		17,14%		33,16%		40,38%	
Coche alquilado			8,00%		1,69%		16,67%		9,69%		6,41%	
Autobús regular			11,00%		6,76%		16,67%		9,18%		9,62%	
Autobús discrecional			11,00%		10,81%		11,90%		2,55%		20,51%	
Tren			34,00%		32,09%		37,62%		45,41%		23,08%	
CÓMO ELIGIÓ DESTINO												
Recomendación agencia viajes			10,06%		7,53%		13,66%		13,92%		6,67%	
Recomend. amigos o familiares			37,02%		30,82%		45,85%		32,47%		36,67%	
Experiencia propia			22,74%		31,16%		10,73%		21,65%		24,67%	
Folleto turísticos			12,68%		11,99%		13,66%		14,95%		10,00%	
Oferta o folleto touroperador			2,21%		2,05%		2,44%		3,61%		1,33%	
Publicidad o información MCS			1,01%		1,03%		0,98%		0,52%		2,00%	
Clubes o asociaciones			10,66%		14,04%		5,85%		9,79%		15,33%	
Internet			3,62%		1,37%		6,83%		3,09%		3,33%	
MOTIVO DE LA VISITA												
Precios			0,40%		0,68%		0,00%		1,02%		0,00%	
Descansar			18,02%		18,98%		16,67%		23,86%		10,97%	
Visita Monumentos			66,14%		59,66%		75,24%		71,57%		61,29%	
Espectáculos / festivales			0,99%		0,68%		1,43%		0,51%		1,29%	
Gastronomía			17,43%		13,90%		22,38%		21,83%		17,42%	
Idiomas / cursos			13,27%		12,20%		14,76%		13,71%		12,90%	
Conocer la ciudad			56,44%		51,86%		62,86%		57,87%		50,97%	
Visitar amigos / familia			12,67%		17,63%		5,71%		6,09%		9,68%	
Compras			1,19%		1,36%		0,95%		0,51%		1,94%	
Sanitarios			0,20%		0,34%		0,00%		0,00%		0,65%	
DATOS ECONÓMICOS												
PRESUPUESTO VIAJE												
Total			533,52		207,94		1026,29		611,86		483,87	
Diario			71,8		59,04		91,37		86,99		65,14	
GASTO MEDIO DIARIO												
Dato Media			46,78		46,42		47,31		61,94		34,59	
NIVEL DE RENTA												
Alta			39,45%		26,26%		58,10%		51,78%		30,77%	
Media			46,55%		54,21%		35,71%		37,06%		51,92%	
Baja			14,00%		19,53%		6,19%		11,17%		17,31%	
OPINIONES: LO MEJOR Y LO PEOR VALORADO POR LOS LOS VISITANTES												
	Hospitalidad y trato	Alojamiento	Comida	Carreteras/comunicación	Seguridad ciudadana	Conservación de la ciudad	Limpieza	Actividades culturales	Zona comercial	Tráfico y aparcamiento	Información/señalización	Precios
Alta	95,06%	85,40%	89,16%	67,87%	68,93%	69,70%	69,41%	74,86%	72,03%	22,86%	77,27%	63,34%
Media	4,94%	14,29%	10,12%	28,50%	24,27%	28,93%	28,77%	21,86%	24,86%	45,40%	19,55%	31%
Baja	0,00%	0,32%	0,72%	3,62%	6,80%	1,37%	1,83%	3,28%	3,11%	31,75%	3,18%	5%

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

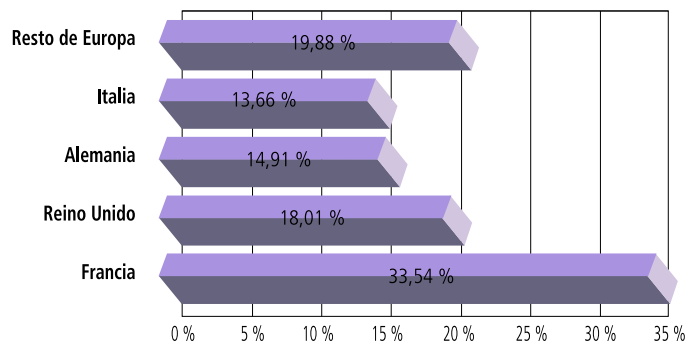
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

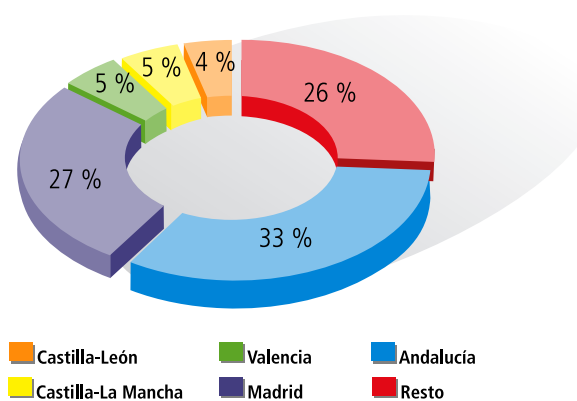
General



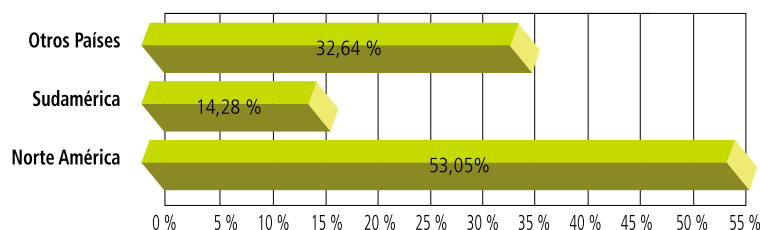
Europeos



Espanoles



Resto del mundo



La Encuesta de coyuntura a la demanda ofrece sintetizados los datos obtenidos directamente por el Observatorio Turístico mediante entrevista a los turistas, una vez elaborados y agrupados por capítulos.

El primer conjunto de datos es el alusivo a las características propiamente dichas de los turistas, de la estancia y del alojamiento.

Respecto a la edad, el rasgo principal es el de la preeminencia del turismo joven. En efecto, un tercio de nuestros visitantes tienen edad comprendida entre 18 y 29 años, y si a estos añadimos los que tienen entre 30 y 39 años, comprobamos que el porcentaje de los de edad comprendida entre 18 y 40 años se eleva hasta el 56 %, lo cual es una característica estructural de nuestro turismo y que con leves variaciones se viene manteniendo trimestre tras trimestre. Lo que sí es un rasgo diferencial importante del turismo en este trimestre es la disminución porcentual de las personas comprendidas en el segmento de edad superior a 50 años, las cuales tradicionalmente han supuesto la cuarta parte de los visitantes y, en esta ocasión, sólo alcanzan el 20 %, lo cual es explicable porque la retracción turística anteriormente comentada se ha producido a expensas de estas cohortes. Los datos relativos a la duración de la estancia presentan unos valores poco favorables. La primera cuestión al respecto es que el 31 % de nuestros visitantes no pernoctan en Córdoba, lo cual es preocupante, pues da dimensión de ciudad de paso, pero lo es aún más en sentido relativo si consideramos que el mismo trimestre del año pasado el porcentaje de no pernoctaciones era del 21 % y que en aquella ocasión los que menos pernoctaban en Córdoba eran los españoles y hoy son los extranjeros, prueba de la preterición de nuestra ciudad en algunos de los circuitos en los que se integran. Lo que sí ha aumentado es el porcentaje de turistas que pernoctan una o dos noches, pero ello a cambio de una drástica reducción de las pernoctaciones de más de tres días de duración, que ahora apenas llegan al 15 %, cuando el año pasado en el mismo trimestre superaban el 31 %.

En lo que sí se observa un crecimiento notable es en la proporción de turistas

que efectúan reserva de alojamiento previa a la llegada, mayormente en los extranjeros y, asimismo, aumentan las reservas realizadas mediante agencias, bien porque la estancia esté integrada en un viaje organizado por una agencia o porque ésta gestione el alojamiento. La mayor proporción de reservas, como es natural, corresponde a los viajeros de origen lejano y se efectúa también en mayor medida en los establecimientos de superior categoría.

El origen de los turistas y visitantes es predominantemente español, continuándose la tendencia iniciada en el último trimestre del año 2002. La novedad no consiste en realidad en el incremento de los turistas españoles en cifras absolutas, sino en el incremento en cifras relativas al haber disminuido considerablemente el número de turistas extranjeros, tanto europeos como de otros países del mundo, afectando en este aspecto la situación internacional. En lo que a datos económicos se refiere, el presupuesto medio para el viaje asciende a 534 Euros (208 para los nacionales y 1026 para los extranjeros), presentando una gradación que es concordante con la categoría de los hoteles que los albergan. También, desgraciadamente, la novedad del trimestre es que el presupuesto medio representa el mínimo absoluto del estudio, habiendo disminuido casi 250 Euros diarios con relación al primer trimestre de 2002. E igual sucede con el gasto medio diario, muy equilibrado ahora entre nacionales y extranjeros y reducido a 46'78 Euros diarios que, igualmente, representan una merma de 17 Euros diarios con relación a los 63'96 que declaraban gastar los turistas a principios del año pasado. Y ello, probablemente, tenga su correlato en el nivel de renta que declaran nuestros turistas, en los cuales se reduce considerablemente la proporción de quienes declaran poseer una renta alta, se mantienen los de renta baja y aumentan los de renta media. Finalmente, respecto a la valoración de nuestra ciudad y de nuestros servicios se aprecia una dualidad de signo contrario: aumenta la valoración positiva de los mejor valorados y baja la de los peor valorados, apareciendo ciertos puntos de necesaria resolución.

APERTURA DE NUEVOS PUNTOS DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CONSORCIO DE TURISMO DE CÓRDOBA

El pasado 28 de febrero tuvo lugar la apertura de las dos primeras **Oficinas de Información Turística del Consorcio de Turismo de Córdoba**, situadas en la Plaza de las Tendillas y Campo Santo de los Mártires.

Dichas oficinas están **abiertas mañana y tarde, todos los días de la semana, incluidos domingos y festivos**. En concreto, la Oficina de Información situada en la Plaza de las Tendillas tiene un horario de apertura de 10'30 a 15'00 horas, y de 17'30 a 20'30 horas. La Oficina situada junto al Alcázar, se abre de 9'30 a 13'00 horas y de 15'00 a 19'00 horas.

Ambas oficinas están atendidas por profesionales del sector pertenecientes al Consorcio de Turismo de Córdoba, con un perfecto conocimiento de idiomas.

En estos puntos de información turística, situados en lugares estratégicos del Casco Histórico de la ciudad de Córdoba, nuestros visitantes pueden encontrar **información sobre toda la oferta turística de la ciudad** como pueden ser horarios de museos y monumentos traducidos a cinco idiomas, planos y callejeros, información sobre la oferta gastronómica y oferta de ocio, etc. Asimismo se invita a visitar otros lugares más desconocidos tradicionalmente por el turista, para fomentar **nuevas rutas alternativas** y de igual interés cultural y patrimonial como pueden ser la Axarquía y las Iglesias Fernandinas.

Además de encontrar toda la información turística que le resulte de interés, se le facilita **información práctica sobre la ciudad** en materia de seguridad, sanidad, comunicaciones, etc.

Con todo ello se pretende ofrecer una completa información y una atención global al visitante, elemento que contribuye de forma positiva a mejorar la imagen de calidad de los servicios turísticos de la ciudad y a fomentar una mayor permanencia del turista en Córdoba.

Estas oficinas, a la vez que para ofrecer atención al turista, sirven para recabar información a través de la realización de encuestas a los visitantes, que están siendo tratadas debidamente aportando dichos datos al **Observatorio Turístico**. Esto permite proporcionar información estadística sobre la que realizar los necesarios análisis de la evolución de la oferta y la demanda en nuestra ciudad, con el fin de aprovechar al máximo las potencialidades turísticas y promocionales de la misma.

Asimismo, se ha puesto en funcionamiento un **teléfono de información al visitante (902 201774)**, que es atendido por estos mismos profesionales para facilitar cualquier información turística de interés. De la misma forma, existirá a disposición del turista un **buzón de sugerencias** con la finalidad de poder mejorar los servicios turísticos para una mayor satisfacción del turista que nos visita.



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

VISITANTES DE LOS PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS								
ALCÁZAR REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQU. MEDINA AZAHARA		SINAGOGA		MEZQUITA-CATEDRAL	
	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02
ENERO	13.649	16,53%	6.964	-0,38%	4.000	-20,00%	33.927	6,96%
FEBRERO	21.126	3,64%	10.400	-19,98%	8.500	41,67%	48.252	-2,41%
MARZO	35.364	-5,13%	19.271	-16,35%	30.800	40,00%	87.969	-15,95%
TOTAL TRIM.	70.139	1,10%	36.635	-14,85%	43.300	31,21%	170.148	-8,44%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO		MUSEO J. ROMERO DE TORRES**		MUSEO ARQ. Y ETNOLÓGICO	
	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02
ENERO	3.331	-1,39%	1.605	27,99%	Cerrado	--	1.982	-4,16%
FEBRERO	6.657	3,37%	1.984	17,95%	11.109	163,37%	422*	-86,15%
MARZO	9.237	-22,16%	3.168	-19,33%	11.110	37,57%	--	--
TOTAL TRIM.	19.225	-11,34%	6.757	-1,54%	22.219	43,90%	1.982	-69,22%
MUSEO BELLAS ARTES			JARDIN BOTÁNICO		MUSEO REGINA		MUSEO DIOCESANO	
	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02
ENERO	1.696	-29,45%	1.929	64,31%	2.897	--	778	-4,89%
FEBRERO	4.880	31,61%	6.694	175,13%	2.983	--	818	4,87%
MARZO	9.722	61,47%	6.817	96,34%	2.915	--	1.375	72,31%
TOTAL TRIM.	16.298	34,33%	15.440	118,11%	8.795	--	2.971	24,00%
			BANOS CALIFALES		TOTAL VISITANTES			
			VISITAS	%var/02	VISITAS	%var/02		
ENERO			4.033	--	76.791	1,47%		
FEBRERO			5.816	--	129.219	9,12%		
MARZO			5.807	--	223.555	-4,27%		
TOTAL TRIM.			15.656	--	429.565	0,37%		

Nota*: A partir del 7 de Febrero el Museo Arqueológico y Etnológico permanece cerrado.
Nota**: En 2003 sólo abierto para la Exposición de Julio Romero de Torres, Nº visitas del 5/02/03 hasta el 25/03/03.
Nota***: No se dispone de datos del Museo Regina y de los Baños Califales en 2002 por no estar aún abierto en el primer caso o no recoger dicha información, como ocurre en los baños.

Si bien el número de turistas fue muy bajo en los expresados meses, afortunadamente no sucedió lo mismo en cuanto a visitas a monumentos y museos, pues incluso, crecieron levemente con relación al mismo período de 2002, alcanzándose las 429.565 visitas. Y asimismo la proporción visitas/turistas ofreció unos valores más que aceptables, situándose en la cifra de 3'6, que representa un valor medio mucho más alto de lo habitual en las estaciones de otoño e invierno y es casi equivalente al de primavera y verano. Entre los monumentos, como viene siendo habitual y lógico, el más concurrido ha sido la Mezquita – Catedral, con 170.148 visitantes. Entre los museos el más frecuentado ha sido el de Julio Romero de Torres, con 22.219 visitantes. A ambos les siguen en orden de importancia numérica, respectivamente, el Alcázar de los Reyes Cristianos y el Museo de Bellas Artes.

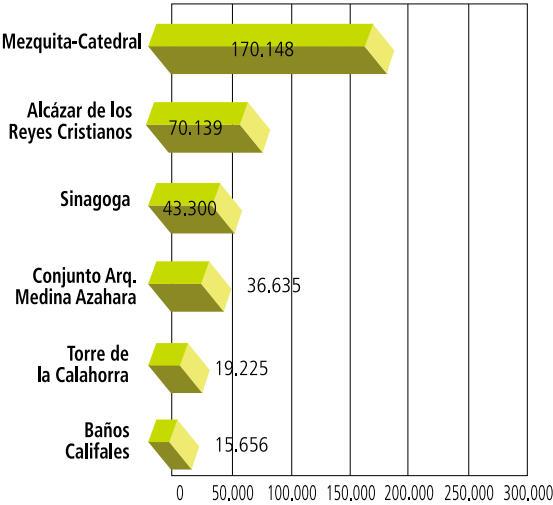
En términos comparativos, las visitas a la Mezquita –Catedral han disminuido en una proporción similar a los turistas, la Torre de la Calahorra lo ha hecho en una proporción superior y en otra mucho mayor y, consecuentemente, más negativa, el conjunto arqueológico de Medina Azahara, que ha experimentado un retroceso del 14'85 % en el número de visitas, al cual no debe ser ajeno su condición de monumento segregado del conjunto urbano, la accesibilidad al mismo, la poca disponibilidad de tiempo, etc. En sentido contrario, el Alcázar de los Reyes Cristianos ha aumentado levemente las visitas y la Sinagoga ha experimentado un crecimiento espectacular, especialmente en los meses de Febrero y de Marzo, aunque hay que tener en cuenta que al no tener control de entrada por ticket, estas cifras son estimaciones facilitadas por la propia institución. En lo que a museos se refiere, aunque el rasgo distintivo viene siendo la escasa

afluencia de visitantes en términos absolutos, en el primer trimestre de 2002 han conocido un importante aumento en las cifras de visitantes. Las visitas al museo Romero de Torres y al de Bellas Artes han aumentado en un 43 y un 34 % respectivamente, sin duda por efecto de la atracción hacia ellos que ha suscitado la magna exposición sobre el pintor, inaugurada el pasado mes de Febrero. El Museo Diocesano, igualmente, ha aumentado sus cifras de visitantes, y lo mismo ha sucedido en el Jardín Botánico, que presenta unos porcentajes de crecimiento espectaculares, continuando la trayectoria iniciada tiempo atrás y que le hace ganar posiciones día a día.

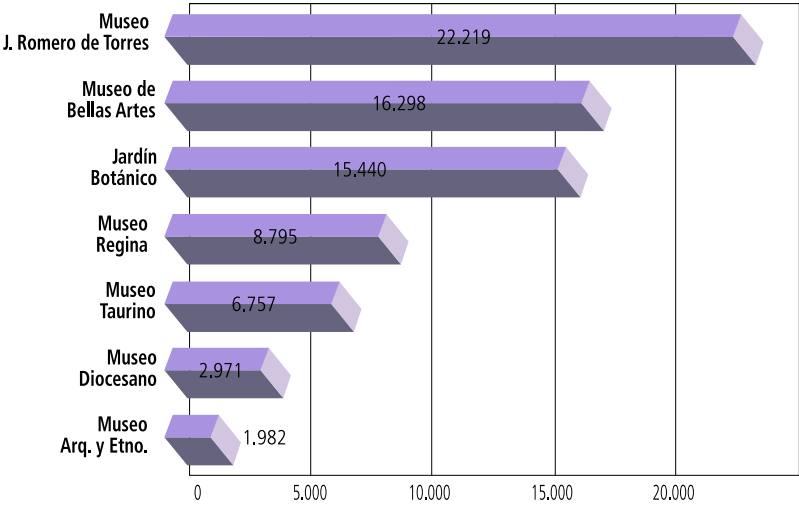
Inmediatamente detrás del Jardín Botánico, en cuarto lugar entre los museos cordobeses y acogiendo una nada desdeñable cifra de 8.795 visitas trimestrales, se sitúa el nuevo Museo Regina, el cual está llamado a ocupar un lugar destacado entre los museos cordobeses y a ser un importante elemento de difusión de los beneficios del turismo en una zona del casco histórico alejada de la zona monumental y de los circuitos convencionales.

Con independencia de las cifras concretas de visitantes registradas por monumentos y museos, el dato más importante del trimestre es el ya aludido anteriormente de la elevada proporción entre visitas a los museos y turistas, pues evidencia que el deseo de nuestros visitantes no se limita a conocer un solo monumento o museo, sino casi cuatro. Ello debe servir como dato concluyente para integrar horarios, racionalizar itinerarios, unificar la gestión para la adquisición de entradas, etc. y, asimismo y en la medida de lo posible para diversificar la oferta turística y posibilitar una prolongación de las estancias en nuestra ciudad.

Visitas a Monumentos



Visitas a Museos



DEMANDA HOTELERA

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00
Enero	27.306	-1,42%	-8,17%	41.542	-1,96%	-1,45%
Febrero	37.771	-23,50%	-2,96%	56.846	-17,03%	-0,42%
Marzo	54.459	0,23%	-15,97%	80.783	-2,63%	-5,64%
Total Trim.	119.536	-9,03%	-10,44%	179.171	-7,57%	-3,07%

Fuente: INE

Los 119.536 viajeros que se han alojado en los establecimientos hoteleros cordobeses han dado lugar a 179.171 pernoctaciones. Tanto en lo que se refiere a viajeros como a pernoctaciones, se observa una disminución con relación a los años precedentes. No obstante, el hecho de que los porcentajes de disminución sean menores en las pernoctaciones que en los viajeros es prueba del leve y gradual aumento de la duración de éstas, que como sabemos es una de las debilidades del turismo cordobés. El mes de menos viajeros y estancias fue Enero, auténtico nadir de nuestras estaciones turísticas, y el de mayor Marzo, conforme a un ritmo de crecimiento gradual que culmina a finales de la primavera.

La estancia media en Córdoba se estima en 1'5 noches y, como ya se ha insinuado, lo más destacable es su progresivo alargamiento desde el año 2000.

El grado de ocupación hotelera ha presentado en el primer trimestre los valores mínimos del año, alcanzando poco más del 55 % de las plazas ofertadas. El porcentaje de ocupación es creciente de Enero a Marzo y presenta el rasgo positivo de representar una cifra similar a la del mismo período del año anterior, pese a la disminución

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA			OCUPACIÓN		
	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00
Enero	1,52	-0,54%	7,04%	26,68	-9,65%	-8,66%
Febrero	1,50	8,45%	2,04%	40,55	-18,74%	-3,89%
Marzo	1,48	-2,86%	12,12%	50,87	-8,80%	-10,96%
Total Trim.	1,50	1,60%	8,30%	39,65	-12,52%	-7,45%

Fuente: INE

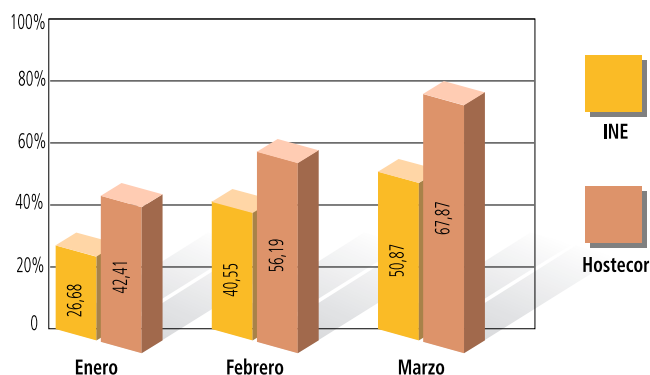
experimentada por viajeros y estancias. Por meses se aprecian ciertas oscilaciones, siendo la más significativa la correspondiente al mes de Marzo, que se explica por el hecho de que la Semana Santa este año ha caído en el mes de Abril. En relación con la categoría de los establecimientos, se aprecian diferentes grados de ocupación, en buena medida exponentes de la dualidad de nuestro turismo, que concentra sus demandas en los extremos de la oferta, es decir en los establecimientos de superior e inferior categoría con detrimento de los intermedios, a la búsqueda del confort, en unos casos, y de precios asequibles en otros casos, siendo esta dualidad clave para nuestro turismo, pues es exponente de la diversidad de quienes nos visitan. A efectos comparativos en los cuadros adyacentes se recogen los datos procedentes de dos fuentes diferentes: INE y Hostecor. La diferencia entre ambos es considerable; por lo que han de tomarse con mucha cautela esta información, debido a que las metodologías son diferentes, y más aún lo son los resultados obtenidos, ya que para el primero la ocupación no ha alcanzado el 40% con una disminución del 12,5 %, y para los empresarios hoteleros su ocupación ha sido superior al 55%, manteniéndose prácticamente estable respecto al año anterior.

Grado de ocupación (%)

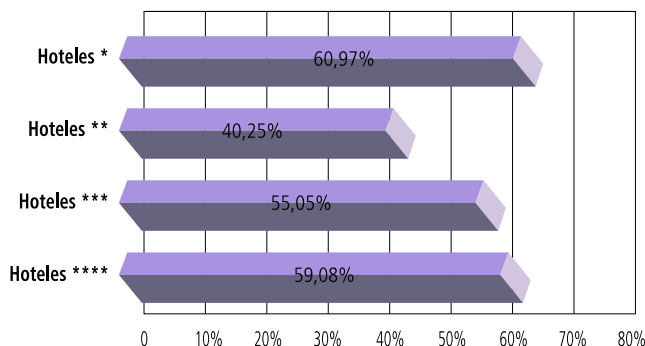
	Total Hoteles			Hoteles ****			Hoteles ***			Hoteles **			Hoteles *		
	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00	2003	var/02	var/00
Enero	42,41	22,87%	24,83%	44,35	8,33%	5,90%	37,33	30,25%	95,14%	24,53	11,30%	-9,52%	70,00	102,90%	93,10%
Febrero	56,19	-0,76%	13,72%	62,58	-0,41%	3,39%	56,34	-5,94%	47,64%	37,45	1,41%	17,77%	51,90	9,26%	16,63%
Marzo	67,87	-9,10%	-6,95%	70,32	-9,61%	-15,38%	71,49	-6,74%	10,75%	58,77	-5,48%	-0,46%	61,00	-16,44%	-1,61%
Total Trim.	55,49	0,40%	6,49%	59,08	-2,38%	-4,45%	55,05	-0,04%	35,55%	40,25	-0,33%	2,37%	60,97	18,00%	28,13%

Fuente: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Coordina	Elabora	Colabora
	 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA	 TURISMO DE CORDOBA CONSORCIO	 Sociedad de Estudios Económicos de Andalucía	 CAJA DE GRANADA