

BALANCE NEGATIVO AUNQUE CON NOTAS DE MEJORA

Los datos presentados por el Observatorio de Turismo de la Ciudad de Córdoba muestran una leve mejoría del sector en el periodo primaveral respecto a los tres primeros meses del año.

Entre los meses de abril y junio de 2009, la ciudad de Córdoba ha recibido a 200.462 turistas, lo que representa un descenso del 8,6% con respecto al mismo periodo del año anterior, si bien supone un incremento de más de 67.000 visitantes en referencia 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, además de que la Semana Santa cayó a principios del mes de abril, lo cual supone un aumento en el número de visitantes

Las pernoctaciones han descendido en menor proporción que las visitas, disminuyendo un 6,12% respecto al segundo trimestre de 2008. Por otro lado, la ocupación hotelera también ha descendido en una proporción apreciable, aunque de valor muy diferente según la fuente de procedencia de los datos, oscilando entre un caída del 8% y el 21%, según los datos aportados por el INE y Hostecor de manera respectiva, en el segundo trimestre de 2009, en términos interanuales. No obstante, la duración de la estancia ha mostrado una evolución positiva, de acuerdo con los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera y por los propios del Observatorio Turístico, lo cual se constata en que las estancias en Córdoba generan, aproximadamente, dos pernoctaciones.

El dato trimestral del gasto medio diario de los turistas en la ciudad ha sido de 59,77 euros, que representan una cantidad inferior en más de 7 euros respecto al mismo trimestre de 2008. No obstante, esta cantidad es superior en más de dos euros diarios a la media que los turistas declaraban gastar en los tres primeros meses del presente año.

El balance de visitas a monumentos y museos ha sido muy positivo respecto al primer trimestre, aunque en comparación con el segundo trimestre de 2008 se observa un descenso en el número de visitas recibidas en los monumentos (caída de casi un 4%), mientras que en los museos ha ocurrido todo lo contrario, creciendo casi un 8% el número de visitantes. Este dato es positivo, tanto por sí mismo, como por el hecho de producirse en el contexto de descenso de los turistas, lo cual indica que el ratio visitas/turistas ha aumentado, realzándose la dimensión cultural de nuestro turismo y acreciente el perfil cultural de la ciudad.

La valoración de la ciudad de Córdoba por parte de los turistas sigue siendo muy positiva, lo que constituye uno de los principales activos de nuestro turismo. La proporción de turistas españoles-extranjeros ha recuperado cierto equilibrio, al aumentar los segundos con relación al trimestre anterior.

En definitiva, se describe un trimestre marcado por el retroceso porcentual de los datos cuantitativos, debido fundamentalmente a la contracción general del sector turístico como consecuencia de la actual crisis económica, aunque con algunos atisbos de mejora respecto al trimestre anterior.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

Viajeros (eoh)	Pernoctaciones (eoh)	Ocupación Hotelera		Estancia media (eoh)	Estancia media (propia)			
		INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES		
200.462	322.393	61,30%	56,52%	1,61	1,93	1,93		
-8,56%	-6,12%	-8,22%	-21,00%	2,66%	noches	noches		
Gasto Medio Diario	Visita a Monumentos - Museos		Valoración de Córdoba		Procedencia INE		Duración de la estancia	
	Monumentos	Museos	Bien	75,31%			Sin Pernocta	21,29%
59,77 €	719.335	112.842	REGULAR	20,54%	España	58,87%	1 - 2 noches	60,64%
-11,59%	-3,73%	7,82%	MAL	4,15%	Extranjero	41,13%	+ 3 noches	18,07%

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA

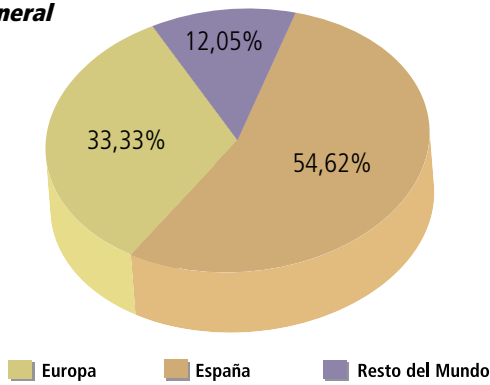
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
PERFIL						
EDAD						
Menor de 10 años	4,23%	4,81%	3,40%	4,72%	3,91%	3,01%
10-18 años	3,38%	3,13%	3,74%	3,86%	2,23%	4,82%
18-29 años	21,55%	21,88%	21,09%	6,44%	24,02%	20,48%
30-44 años	30,56%	30,29%	30,95%	37,34%	34,08%	21,08%
45-65 años	33,10%	32,21%	34,35%	42,92%	26,26%	37,95%
65 años o más	7,18%	7,69%	6,46%	4,72%	9,50%	12,65%
DURACIÓN DE LA ESTANCIA						
Sin pernoctación	21,29%	24,26%	17,70%	0,00%	0,00%	100,00%
1-2 noches	60,64%	51,47%	71,68%	85,23%	80,65%	0,00%
3-7 noches	17,27%	23,53%	9,73%	14,77%	19,35%	0,00%
Más de 7 noches	0,80%	0,74%	0,88%	0,00%	0,00%	0,00%
Media	1,93	2,15	1,71	1,90	1,97	-
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	44,90%	41,75%	48,39%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	15,31%	13,59%	17,20%	0,00%	48,39%	0,00%
Pensión	16,33%	16,50%	16,13%	0,00%	51,61%	0,00%
Casa amigos o familiares	12,76%	22,33%	2,15%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	10,71%	5,83%	16,13%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUÓ RESERVA						
Sí	66,53%	51,13%	84,82%	86,05%	79,03%	43,14%
No	33,47%	48,87%	15,18%	13,95%	20,97%	56,86%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	10,53%	8,00%	11,94%	18,28%	4,55%	8,00%
Alojamiento por agencia	10,05%	13,33%	8,21%	12,90%	9,09%	8,00%
Alojamiento directamente	51,20%	61,33%	45,52%	47,31%	59,09%	44,00%
Transporte por agencia	3,35%	1,33%	4,48%	3,23%	1,52%	8,00%
Transporte directamente	24,88%	16,00%	29,85%	18,28%	25,76%	32,00%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	54,62%	100,00%	0,00%	48,86%	50,00%	62,26%
Unión Europea	33,33%	0,00%	73,45%	40,91%	29,03%	30,19%
Resto del mundo	12,05%	0,00%	26,55%	10,23%	20,97%	7,55%
GRUPO						
Solo	6,43%	4,41%	8,85%	3,41%	6,45%	5,66%
Pareja	41,77%	36,76%	47,79%	52,27%	45,16%	24,53%
Familia	22,49%	23,53%	21,24%	26,14%	14,52%	26,42%
Amigos	29,32%	35,29%	22,12%	18,18%	33,87%	43,40%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	73,90%	61,03%	89,38%	85,23%	80,65%	62,26%
Visita amigos o familiares	9,64%	15,44%	2,65%	3,41%	4,84%	1,89%
Trabajo/negocios	3,61%	3,68%	3,54%	4,55%	0,00%	5,66%
Excursiones, visitas...	12,85%	19,85%	4,42%	6,82%	14,52%	30,19%
Estudios	-	-	-	-	-	-
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE						
Coche propio	33,33%	54,41%	7,96%	31,82%	27,42%	37,74%
Coche alquilado	11,65%	1,47%	23,89%	14,77%	11,29%	9,43%
Avión charter	1,20%	0,00%	2,65%	1,14%	3,23%	0,00%
Autobús regular	8,43%	6,62%	10,62%	4,55%	6,45%	11,32%
Autobús discrecional	1,61%	2,21%	0,88%	0,00%	0,00%	5,66%
Tren	0,80%	1,47%	0,00%	0,00%	3,23%	0,00%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia viajes	2,83%	1,48%	4,46%	2,30%	1,61%	7,55%
Recomend. amigos o familiares	16,19%	17,04%	15,18%	13,79%	11,29%	7,55%
Cultura general	29,15%	22,96%	36,61%	34,48%	30,65%	28,30%
Iniciativa propia	41,30%	48,15%	33,04%	40,23%	48,39%	37,74%
Oferta o folleto tour operador	6,07%	7,41%	4,46%	5,75%	3,23%	11,32%
Clubes o asociaciones	1,62%	0,74%	2,68%	0,00%	3,23%	3,77%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	7,10%	5,17%	9,33%	8,70%	6,06%	3,54%
Espectáculos, teatros...	1,85%	0,57%	3,33%	1,74%	0,61%	3,54%
Pasear	21,91%	21,84%	22,00%	21,30%	23,64%	22,12%
Descansar	6,17%	6,61%	5,67%	7,83%	5,45%	5,31%
Visitar amigos / familia	6,02%	8,62%	3,00%	3,48%	3,03%	2,65%
Trabajo	1,85%	1,44%	2,33%	2,17%	1,21%	2,65%
Gastronomía	17,28%	17,53%	17,00%	19,13%	19,39%	16,81%
Deportes	0,15%	0,00%	0,33%	0,00%	0,00%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	3,24%	4,31%	2,00%	1,30%	3,64%	0,88%
Visitas culturales	34,41%	33,91%	35,00%	34,35%	36,97%	42,48%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	672,11	318,55	1097,19	728,31	725,06	520,19
Diario	86,13	68,90	106,39	91,10	91,96	71,19
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	59,77	59,07	60,55	68,51	63,00	41,63
NIVEL DE RENTA						
Alta	60,48%	45,19%	78,76%	71,26%	59,68%	58,49%
Media	34,68%	47,41%	19,47%	26,44%	33,87%	32,08%
Baja	4,84%	7,41%	1,77%	2,30%	6,45%	9,43%

OPCIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES

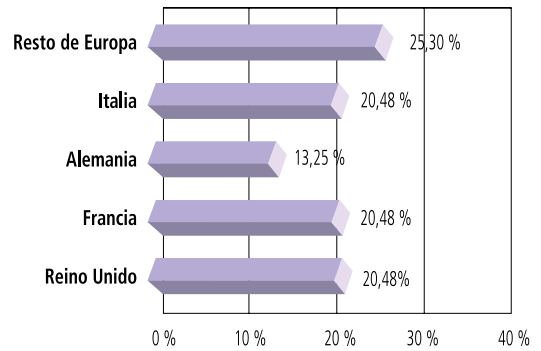
	Información	Precios	Carreteras / Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Activ. Culturales	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	68,49%	65,09%	83,82%	86,55%	90,22%	77,78%	93,94%	78,72%	90,43%	84,26%	82,02%	38,60%	39,13%
Regular	25,21%	30,60%	13,24%	12,28%	8,89%	22,22%	5,63%	21,28%	9,57%	14,47%	17,98%	53,51%	32,17%
Mal	6,30%	4,31%	2,94%	1,17%	0,89%	0,00%	0,43%	0,00%	0,00%	1,28%	0,00%	7,89%	28,70%

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

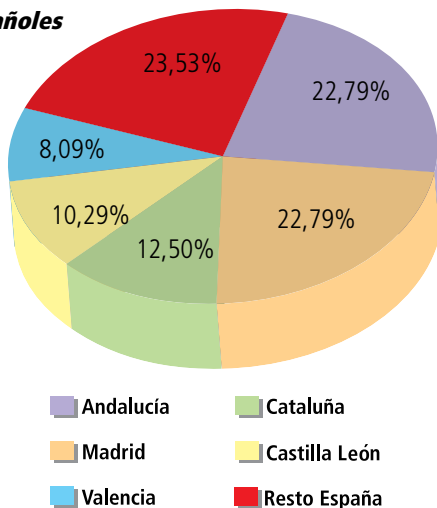
General



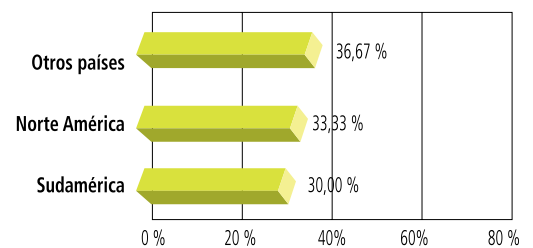
Europeos



Españoles



Resto del mundo



Un estudio más detallado de la realidad turística de la ciudad de Córdoba durante el segundo trimestre de 2009, lo obtenemos a partir de los datos elaborados por el Observatorio Turístico, presentados en cuatro grandes capítulos.

El primer conjunto de datos se refiere a las características generales de los turistas que visitan nuestra ciudad, entre las que resalta su condición de personas de mediana edad. Así, el grupo principal de los visitantes que tiene entre 45 y 65 años, representan más del 33%. Seguidamente se sitúa la población de edades comprendidas entre 30 y 44 (30,56%) y los jóvenes de 18 a 29 años (21,55%). Los menores de 18 años y los mayores de 65 suman el 15% restante, siendo en su mayoría mayores procedentes del circuito cultural programado por el Imserso.

La diferencia entre los visitantes españoles y extranjeros se encuentra en 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 exige todo viaje al extranjero.

Realizando una comparativa entre la categoría de los establecimientos hoteleros y la edad de los huéspedes, se observa que los turistas con edades comprendidas entre los 30 y los 65 pernoctan en Córdoba en hoteles de 3 y 4 estrellas, estableciéndose una correlación entre mayor edad y demanda de confort, basada en el poder adquisitivo. En el lado opuesto, los turistas de menos de 30 años escogen el resto de los hoteles en una mayor proporción.

En lo referente a la duración de la estancia en Córdoba se observa que más de un 21% de los visitantes no pernoctan en la ciudad. Este porcentaje es superior al del segundo trimestre de 2008 y al del trimestre anterior. Los

visitantes que no pernoctan, es decir los excursionistas, son en su mayoría españoles con edades que superan los 30 años, especialmente los de mediana edad. Un dato significativo es el que nos indica que aproximadamente el 61% de las personas que pernoctan en la ciudad cordobesa lo hacen una ó dos noches, lo cual se encuentra acorde con la actual situación de crisis y de ahorro de las familias. El aumento de las pernoctaciones cortas está acompañado de un descenso de las estancias más largas, de manera que las permanencias de 3 a 7 noches se han reducido, y sus usuarios han pasado a engrosar el grupo de quienes pernoctan un menor número de noches, lo cual tiene importantes repercusiones económicas.

En cuanto al tipo de alojamiento, el mayor número de huéspedes se aloja en los hoteles de categoría media-alta (44,5%), produciéndose un fuerte descenso respecto al primer trimestre de 2008. Además, los turistas extranjeros prefieren este tipo de alojamiento en mayor proporción que los españoles. Los hoteles de una y dos estrellas, así como las casas de amigos y familiares han crecido en importancia en este trimestre respecto al mismo trimestre del año anterior, hecho que constata cómo los visitantes están recortando en gastos debido a la situación económica actual. Los turistas españoles prefieren hospedarse, en un 22% de los casos, en casas que amigos y familiares tienen en Córdoba, mientras que los visitantes extranjeros lo hacen en sólo un 2%. Por otro lado, las pensiones, que tan importantes podrían ser a efectos de dispersión de los beneficios del turismo y de protección funcional del casco histórico por su localización en el mismo, acogen a un 16,3% de los turistas, tanto españoles como extranjeros.

La práctica de efectuar reservas con antelación para el viaje, ha descendido en el segundo trimestre de 2009, en términos interanuales. La realización

de reservas es más acusada entre los viajeros extranjeros (un 85% de los casos) que entre los españoles (51%), por razones comprensibles de residencia y conocimiento del destino, destacando el elevado porcentaje de reservas, ya sea de alojamiento o transporte, que se efectúa de forma directa.

El segundo conjunto de datos que aporta la Encuesta de Coyuntura se refiere a diversos aspectos de la demanda turística. Los datos aportados por el Observatorio Turístico nos indican que el 55% de los visitantes son españoles, siendo la parte restante extranjeros, especialmente procedentes de la Unión Europea. Se ha producido, nuevamente, un leve incremento de los extranjeros.

La modalidad de viaje dominante es en pareja, forma bajo la cual se desplaza el 42% de los turistas. Estos prefieren hospedarse en hoteles de tres y cuatro estrellas, fundamentalmente. Otro conjunto importante de turistas que visitan la ciudad de Córdoba son los grupos de amigos, los cuales protagonizan las mayores tasas de excursionismo, ya que un elevado porcentaje de ellos no pernoctan en la ciudad.

Los turistas que visitan la ciudad de Córdoba escogen este destino en su mayoría por motivos vacacionales. En el caso de los turistas españoles también tiene un importante sentido socioafectivo de visita a amigos y/o familiares. En el lado opuesto se encuentran las visitas motivadas por razones de trabajo o negocio, siendo uno de los puntos débiles de nuestro turismo.

En la elección de Córdoba como destino turístico destacan dos motivaciones: la apreciación cultural de Córdoba y la iniciativa propia. La primera confirma la clara proyección cultural que la ciudad de Córdoba posee a nivel nacional e internacional, lo cual favorecerá a consecución de la capitalidad cultural para el año 2016. Las recomendaciones de amigos y familiares tienen también bastante importancia, pues es un indicativo del grado de satisfacción de los mismos como visitantes.

En lo referente al último medio de transporte utilizado para llegar a Córdoba, se observa un elevado porcentaje de turistas que han usado el tren, especialmente los extranjeros, quedando en un segundo lugar el coche propio, medio de transporte más usado por los españoles.

El último dato referente a la demanda turística hace hincapié en la importancia cultural de la ciudad cordobesa, puesto que la principal actividad realizada por los turistas, tanto nacionales como extranjeros, son las visitas culturales.

El tercer conjunto de datos es de naturaleza económica. Así, el presupuesto medio del viaje se estima en 672 euros, con una gran diferencia entre españoles y extranjeros: 318'6 y 1.097'2 euros de forma respectiva; siendo dichos gastos inferiores a los declarados por los encuestados en el segundo trimestre de 2008. Los mayores presupuestos, lógicamente, corresponden a quienes se alojan en los hoteles de superior categoría, y los inferiores a quienes no pernoctan en Córdoba. En cuanto al gasto medio diario no se aprecian grandes diferencias. Esta cifra queda en torno a los 60 euros, tres euros más que en el trimestre anterior, siendo algo mayor en los extranjeros que en los españoles. Es importante indicar que las diferencias en el gasto total de los turistas no se deben a la diferencia en el gasto diario, sino a la duración de la estancia y al tipo de establecimiento alojativo, pues condiciona un mayor o menor desembolso.

Respecto al nivel de renta declarado por los entrevistados, un 60% declaran poseer una renta alta (en mayor proporción los extranjeros que los españoles), un tercio de renta media (en mayor proporción los españoles que los extranjeros) y la parte restante son de renta baja. Naturalmente, el nivel de renta está fuertemente vinculado con el tipo de establecimiento hotelero escogido para pernoctar en Córdoba, alojándose los de rentas altas principalmente en hoteles de categorías superiores.

Respecto a la valoración de Córdoba tras la visita, lo realmente importante son los elevados índices de satisfacción que expresan nuestros turistas, que rayan el nivel de excelencia en la mayoría de los apartados, con excepciones referidas a los precios, sobre los que se advierte un porcentaje de notable de disconformidad, y los capítulos de aparcamiento y tráfico, que se perciben como notoriamente deficientes. Asimismo, el capítulo Información y señalización ha sido valorado de manera poco positiva respecto al trimestre anterior.



VISITANTES DE LOS PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			MEZQUITA - CATEDRAL		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ABRIL	36.640	11,99%	ABRIL	26.234	29,42%	ABRIL	44.000	-22,23%	ABRIL	153.806	9,88%
MAYO	46.403	-3,03%	MAYO	25.121	-2,51%	MAYO	53.000	-16,27%	MAYO	160.310	-5,79%
JUNIO	16.967	-17,37%	JUNIO	11.916	8,80%	JUNIO	20.650	-37,80%	JUNIO	83.852	-10,59%
TOTAL TRIM.	100.010	-1,08%	TOTAL TRIM.	63.271	11,02%	TOTAL TRIM.	117.650	-23,14%	TOTAL TRIM.	397.968	-1,47%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ABRIL	10.006	19,93%	ABRIL	cerrado	--	ABRIL	7.820	38,75%	ABRIL	9.037	30,80%
MAYO	9.428	31,79%	MAYO	cerrado	--	MAYO	9.580	-13,62%	MAYO	9.568	0,09%
JUNIO	4.740	80,23%	JUNIO	cerrado	--	JUNIO	3.202	-19,67%	JUNIO	4.586	10,27%
TOTAL TRIM.	24.174	33,36%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	20.602	-0,53%	TOTAL TRIM.	23.191	12,43%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO DIOCESANO			BAÑOS CALIFALES		
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08
ABRIL	8.015	17,87%	ABRIL	5.851	-8,85%	ABRIL	cerrado	--	ABRIL	7.009	69,75%
MAYO	10.198	-7,70%	MAYO	7.766	-7,94%	MAYO	cerrado	--	MAYO	5.904	-9,59%
JUNIO	3.779	-12,97%	JUNIO	4.267	-31,33%	JUNIO	cerrado	--	JUNIO	3.349	0,87%
TOTAL TRIM.	21.992	-0,90%	TOTAL TRIM.	17.884	-15,12%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	16.262	16,33%
PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/08		VISITAS	%var/08						
ABRIL	7.126	3,76%	ABRIL	315.544	7,09%						
MAYO	18.894	86,24%	MAYO	356.172	-4,01%						
JUNIO	3.153	3,44%	JUNIO	160.461	-13,81%						
TOTAL TRIM.	29.173	45,42%	TOTAL TRIM.	832.177	-2,31%						

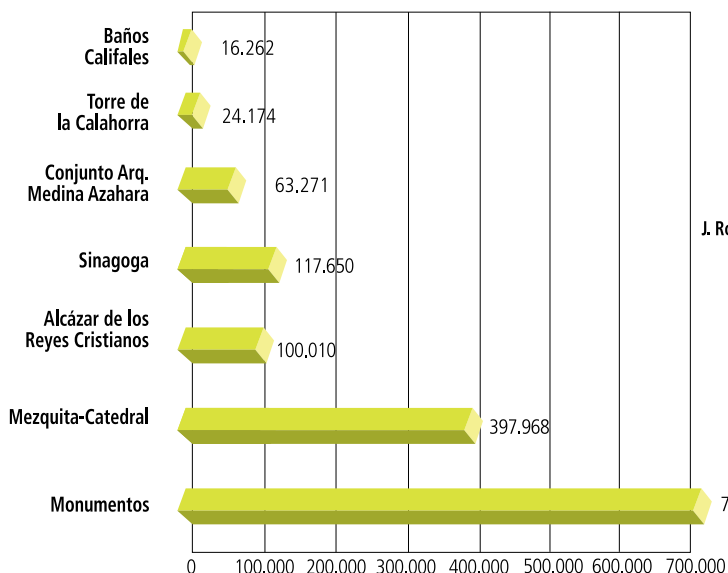
El registro de acceso a los principales puntos de interés cultural de la ciudad de Córdoba, refleja la situación anteriormente comentada sobre sector turístico en general. El descenso del número de visitantes que se ha producido en el segundo trimestre de 2009 respecto al mismo trimestre del año anterior, se ha visto acompañado por la caída de casi un 4% en las entradas a monumentos.

Las visitas a museos se han incrementado aproximadamente un 8% entre abril y junio, siendo mayo el mes que más visitantes recibieron dichos lugares de interés cultural. El Palacio de Viana, fundamentalmente, así como el Museo Arqueológico y Etnológico, han recibido un mayor número de visitas en el segundo trimestre de 2009 que en el mismo trimestre el año anterior. Aun teniendo en cuenta el descenso en las visitas a monumentos y museos cordobeses, enmarcado en un momento de desaceleración económica,

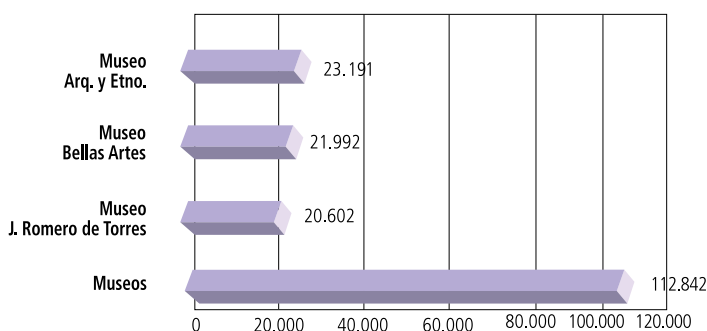
determinados lugares culturales de la ciudad han visto incrementada su afluencia respecto al periodo primaveral de 2008. Entre los monumentos encontramos con el Conjunto Arqueológico Medina Azahara, los Baños Califales y la Torre de La Calahorra; con incrementos en sus accesos entre el 11% y el 34%. El Palacio de Viana ha sido el espacio expositivo con mayor número de visitas en este trimestre, incrementándose en un 45% el número de turistas que han accedido a dicho museo.

En el mes de mayo se registro el 43% de las visitas realizadas a puntos de interés turístico, monumentos y museos, de todo el segundo trimestre. Por el contrario, en junio la afluencia a estos puntos turísticos fue mínima, un 19% de las visitas del trimestre, siendo el mes en que se ha registrado la mayor caída en el número de accesos, un 13% menos de visitas.

VISITAS A MONUMENTOS



VISITAS A MUSEOS



VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2009	var/08	2009	var/08
ABRIL	69.163	0,55%	113.949	3,91%
MAYO	74.307	-15,64%	119.098	-12,67%
JUNIO	56.992	-8,62%	89.346	-8,26%
TOTAL TRIM.	200.462	-8,56%	322.393	-6,12%

Fuente: INE

La demanda hotelera ha continuado evolucionando de forma negativa como consecuencia de la actual situación coyuntural por la que atraviesa la economía mundial, afectando de forma significativa al sector turístico. Así, en el segundo trimestre del presente año, el número de viajeros se redujo en un 8,56% en relación al mismo periodo de 2008. Esta contracción fue más intensa en el mes de mayo respecto a los otros dos meses, siendo el número de visitantes un 15,64% inferior en términos interanuales. En términos absolutos, la ciudad de Córdoba recibió en el periodo primaveral 200.462 viajeros, frente a los 219.230 que llegaron en el segundo trimestre de 2008. Del mismo modo, el número de pernoctaciones ha descendido, alcanzando una variación negativa del 6,12% en términos interanuales. Al igual que ocurriera con el número de viajeros, en el mes de mayo el número de pernoctas se redujo de manera más intensa en relación al mismo mes de 2008.

De forma global, no se aprecian grandes diferencias en lo referente a la estancia media de los viajeros en los meses que comprenden el segundo

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2009	var/08	2009	var/08
ABRIL	1,65	3,77%	65,56%	-2,24%
MAYO	1,60	3,23%	66,43%	-12,37%
JUNIO	1,57	0,54%	51,91%	-9,74%
TOTAL TRIM.	1,61	2,66%	61,30%	-8,22%

Fuente: INE

trimestre del año. Los viajeros se alojaron una media de 1,61 noches entre abril y junio de 2009, siendo esta media un 2,66% superior a la registrada en el mismo periodo del año anterior. Sin embargo, la ocupación hotelera sí ha sufrido un descenso en términos interanuales, registrando una caída del 8,22% en el segundo trimestre del presente año.

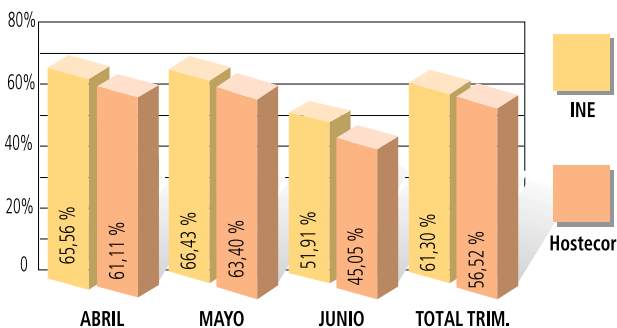
Por último, la ocupación hotelera ha mostrado una evolución muy negativa en el periodo primaveral, registrándose tasas de variación negativa en todos los tipos de establecimiento. Según datos de Hostecor, la ocupación media de los establecimientos hoteleros de la ciudad de Córdoba fue de un 56,52%, lo cual implica un descenso del 21% respecto al segundo trimestre de 2008. Por su parte, el INE ofrece una media de ocupación del 61,30%. Considerando los diferentes tipos de alojamientos hoteleros, se observa una fuerte caída en la ocupación en todos ellos con respecto a 2008, si bien son los hoteles de cuatro estrellas en los que la ocupación ha sido más elevada.

GRADO DE OCUPACIÓN (%)

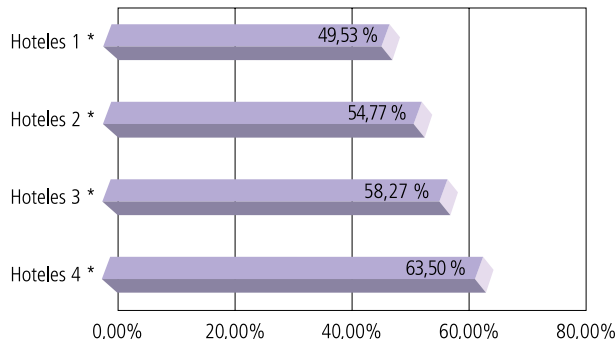
	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2009	var/08	2009	var/08	2009	var/08	2009	var/08	2009	var/08
ABRIL	61,11%	-21,03%	67,80%	-15,32%	63,52%	-19,95%	59,60%	-21,01%	53,50%	-28,33%
MAYO	63,40%	-19,96%	68,50%	-15,53%	64,50%	-19,22%	60,10%	-21,34%	60,50%	-23,90%
JUNIO	45,05%	-22,39%	54,20%	-25,24%	46,80%	-22,77%	44,60%	-6,79%	34,60%	-32,46%
TOTAL TRIM.	56,52%	-21,00%	63,50%	-18,47%	58,27%	-20,46%	54,77%	-17,73%	49,53%	-27,65%

Fuente: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Coordina	Elabora	Colabora
	 AYUNTAMIENTO DE CORDOBA	 C · O · R · D · O · B · A Patrimonio de la Humanidad	 Córdoba ciudad de encuentro Consorcio de Turismo	