

AUMENTO DE LOS VISITANTES ESPAÑOLES Y DE LA ESTANCIA MEDIA

Durante el tercer trimestre de 2004 han visitado Córdoba 174.407 turistas, según cálculos obtenidos por el Observatorio Turístico a partir de la encuesta realizada. La expresada cantidad supone una cifra de visitantes inferior a la registrada en el trimestre inmediato anterior, lo cual es lógico por cuanto el segundo trimestre del año constituye el de temporada alta por antonomasia en Córdoba y el tercero uno de los dos de temporada baja. Lo realmente importante del referido dato es que supone una cifra de visitantes apreciablemente mayor que la correspondiente al mismo trimestre del año anterior (unos 6.000 visitantes más), confirmando la tendencia a la recuperación del turismo cordobés que venimos apreciando desde unos meses atrás.

Más favorable incluso que la cifra de viajeros es la cifra relativa las pernoctaciones, que también han aumentado durante el tercer trimestre, y lo más satisfactorio aún es que lo han hecho en un porcentaje superior al de incremento de los turistas, lo cual es indicativo del aumento de la estancia. En efecto, los datos específicos así nos lo indican, de manera que si los datos de estancia media de la Encuesta de Ocupación Hotelera indican un leve incremento, éste es apreciable sobre los datos de estimación propia del Observatorio, que cuantifica la estancia media en 2,78 noches y en hoteles de 2,44. La ocupación hotelera durante el trimestre ha tenido unos valores muy discretos, oscilantes arriba o abajo del 50% de la disponibilidad total, según que consideremos los datos que ofrece el Instituto Nacional de Estadística o los facilitados por HOSTECOR.

El gasto medio diario que declaran los turistas se aproxima a los 50 Euros, cantidad que es francamente discreta. Es equivalente a la registrada para el segundo trimestre de 2004 y levemente superior a la del mismo período de 2003, sin que el aumento que representa la actual con relación a aquella suponga una mayor disponibilidad, sino la repercusión directa del incremento de los precios.

Las visitas a monumentos y museos muestran una realidad poco satisfactoria, por cuanto evidencian una notable disminución del número de visitantes, tanto en relación al trimestre anterior como respecto a 2003. Los datos actuales suponen un retroceso del 11% de las visitas a monumentos y un aumento del 12% a los museos, lo que de forma conjunta supone una disminución cercana al 9%, lo que es preocupante, pues estos datos son elementos de referencia básica en el turismo cultural y santo y seña de una ciudad que opta a la capitalidad cultural europea.

La valoración de la ciudad por parte de los visitantes continúa siendo muy favorable y en cuanto a procedencia de los visitantes estamos asistiendo a un cambio radical, consistente en la sustitución del turismo extranjero por el nacional, conforme a un cambio notable en los modelos turísticos europeos y mundiales consistente en el surgimiento de nuevos destinos y nuevas pautas de comportamiento. Respecto a la duración de la estancia, la encuesta nos ofrece el dato muy favorable de la disminución notable de los excursionistas, es decir, de los turistas que no pernoctan en Córdoba, lo que se traduce en un aumento del hospedaje.

En conclusión un trimestre que recupera la tendencia alcista de la corriente turística y refleja un aumento de la estancia media en Córdoba y del número de turistas españoles en comparación con los extranjeros.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

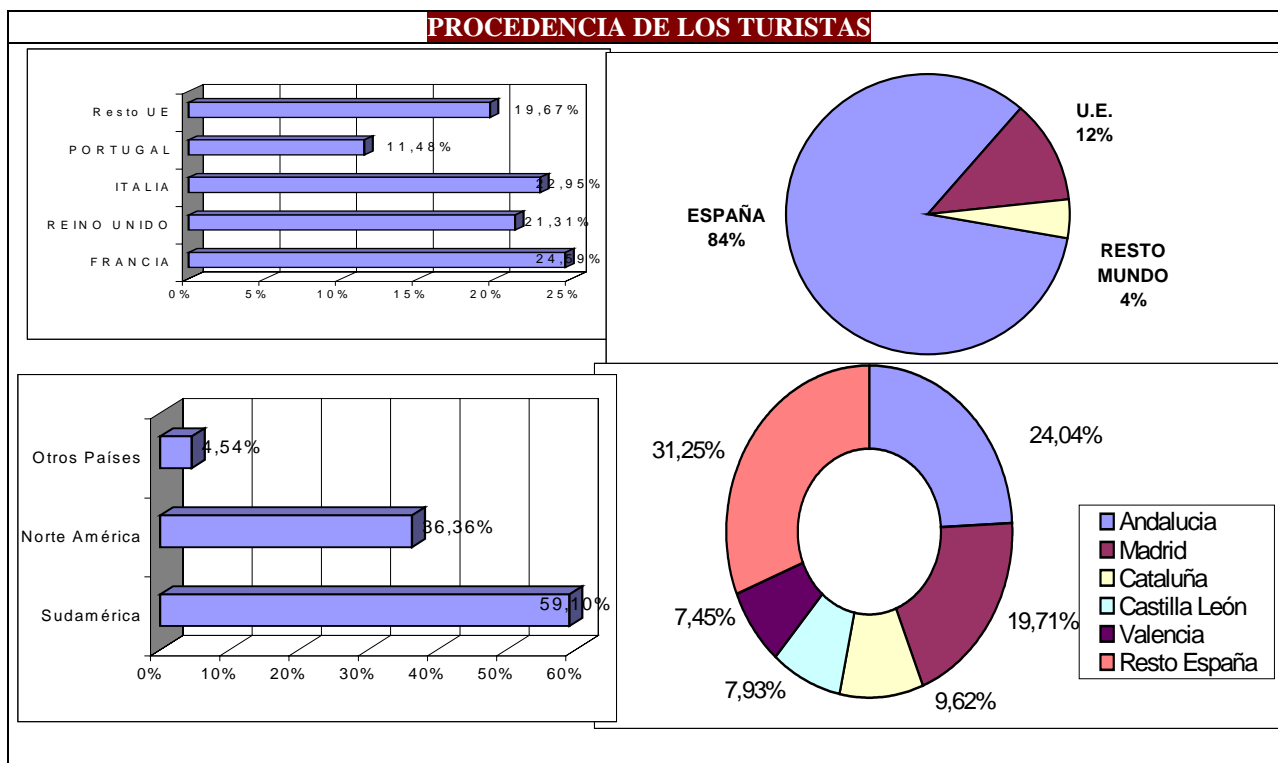
VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (propia)	
			INE	HOSTECOR			TOTAL	HOTELES
174.407	255.920	48,24%	53,50%	1,47 noches	2,78	243,50%		
3,62%	5,67%	1,10%	-5,18%	1,98%	noches	noches		
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMET. / MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA		DURACIÓN ESTANCIA	
49,72 €	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	77,37%	España	83,66%	Sin Pernocta	13,98%
	483.391	53.950	REGULAR	19,73%	Resto Europa	12,01%	1 - 2 noches	49,02%
	-10,84%	11,96%	MAL	2,90%	Resto Mundo	4,33%	+ 3 noches	37,01%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA						
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJERO	HOTELES 3 Y 4	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
PERFIL						
EDAD						
Menor de 18 años	0,59%	0,24%	2,41%	0,00%	2,04%	0,00%
18 - 29 años	37,80%	37,18%	40,96%	21,61%	37,76%	31,94%
30 - 39 años	33,66%	33,88%	32,53%	36,68%	35,71%	45,83%
40 - 49 años	19,29%	20,47%	13,25%	28,14%	17,35%	13,89%
50 - 59 años	6,50%	6,59%	6,02%	10,55%	4,08%	5,56%
60 años y más	2,17%	1,65%	4,82%	3,02%	3,06%	2,78%
DURACIÓN ESTANCIA						
Sin Pernoctación	13,98%	13,41%	16,87%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	49,02%	49,65%	45,78%	67,50%	67,35%	0,00%
3 - 7 noches	33,66%	34,59%	28,92%	32,00%	31,63%	0,00%
Más de 7 noches	3,35%	2,35%	8,43%	0,50%	1,02%	0,00%
Media	2,78	2,67	3,34	2,53	2,34	--
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	45,87%	48,64%	30,88%	--	--	--
Hoteles 1 y 2 *	10,78%	10,05%	14,71%	--	--	--
Pensión	11,70%	9,78%	22,06%	--	--	--
Casa amigos o familiares	24,08%	25,00%	19,12%	--	--	--
Resto	7,57%	6,52%	13,24%	--	--	--
EFEITUÓ RESERVA						
Sí	56,69%	53,41%	73,49%	89,50%	57,14%	21,13%
No	43,31%	46,59%	26,51%	10,50%	42,86%	78,87%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	11,85%	8,85%	22,95%	15,08%	7,14%	14,29%
Alojamiento por agencia	47,39%	54,87%	19,67%	65,92%	28,57%	7,14%
Alojamiento directamente	24,39%	25,66%	19,67%	17,32%	48,21%	7,14%
Transporte por agencia	11,50%	8,41%	22,95%	6,15%	12,50%	21,43%
Transporte directamente	15,33%	8,85%	39,34%	3,35%	23,21%	64,29%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	83,66%	100,00%	0,00%	89,50%	74,49%	80,28%
Unión Europea	12,01%	0,00%	73,49%	6,50%	21,43%	15,49%
Resto del mundo	4,33%	0,00%	26,51%	4,00%	4,08%	4,23%
GRUPO						
Solo	18,90%	16,94%	28,92%	6,50%	8,16%	22,54%
Pareja	47,64%	48,71%	42,17%	58,50%	48,98%	46,48%
Familia	19,29%	19,53%	18,07%	26,50%	16,33%	18,31%
Amigos	14,17%	14,82%	10,84%	8,50%	26,53%	12,68%
TIPO DE VIAJE						
De ocio o descanso	96,65%	97,41%	92,77%	96,98%	97,96%	94,37%
De incentivos o congresos	0,20%	0,24%	0,00%	0,50%	0,00%	0,00%
De circuito	0,99%	0,47%	3,61%	1,01%	1,02%	1,41%
Deportivo	0,20%	0,24%	0,00%	0,00%	1,02%	0,00%
Salud	0,79%	0,71%	1,20%	0,00%	0,00%	1,41%
Trabajo	0,99%	0,94%	1,20%	1,51%	0,00%	1,41%
Estudios	0,20%	0,00%	1,20%	0,00%	0,00%	1,41%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE						
Coche propio	65,15%	72,04%	30,12%	71,36%	63,27%	70,42%
Coche alquilado	5,15%	1,42%	24,10%	4,52%	8,16%	7,04%
Avión Regular	4,55%	3,08%	12,05%	0,50%	7,14%	2,82%
Autobús regular	1,98%	2,37%	0,00%	2,01%	2,04%	1,41%
Autobús discrecional	23,17%	21,09%	33,73%	21,61%	19,39%	18,31%
Motocicleta	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tren	5,87%	5,71%	6,67%	12,21%	4,76%	2,86%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia viaje	5,87%	5,71%	6,67%	12,21%	4,76%	2,86%
Recomend. amigos o familia	47,17%	47,01%	48,00%	52,33%	40,48%	45,71%
Experiencia propia	37,39%	41,56%	16,00%	25,58%	34,52%	44,29%
Folleto turístico	4,78%	2,34%	17,33%	4,07%	11,90%	4,29%
Oferta o folleto touroperador	0,65%	0,26%	2,67%	0,58%	1,19%	1,43%
Publicidad o información MCO	1,96%	1,30%	5,33%	2,33%	3,57%	1,43%
Clubes o asociaciones	1,30%	1,30%	1,33%	2,33%	2,38%	0,00%
Internet	0,87%	0,52%	2,67%	0,58%	1,19%	0,00%
MOTIVO DE LA VISITA						
Precios	0,20%	0,00%	1,20%	0,00%	1,02%	0,00%
Descansar	25,30%	26,71%	18,07%	29,15%	25,51%	4,23%
Visita Monumentos	13,46%	59,57%	71,08%	66,83%	68,37%	57,75%
Espectáculos / festivales	1,98%	0,95%	7,23%	0,50%	4,08%	0,00%
Gastronomía	7,51%	7,09%	9,64%	13,07%	3,06%	2,82%
Idiomas / cursos	2,37%	0,47%	12,05%	2,01%	2,04%	1,41%
Conocer la ciudad	51,19%	50,59%	54,22%	64,82%	58,16%	40,85%
Visitar amigos / familia	29,84%	32,86%	14,46%	6,53%	16,33%	30,99%
Compras	1,78%	1,65%	2,41%	1,51%	1,02%	1,41%
Sanitarios	0,59%	0,71%	0,00%	0,00%	0,00%	2,82%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	450,20	334,09	1055,13	510,53	457,66	424,12
Diario	64,91	60,65	87,10	78,72	59,79	58,01
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	49,72	49,29	51,93	65,78	48,06	31,42
NIVEL DE RENTA						
Alta	54,00%	50,84%	70,37%	58,38%	51,55%	47,89%
Media	40,00%	42,48%	27,16%	37,06%	42,27%	43,66%
Baja	6,00%	6,68%	2,47%	4,57%	6,19%	8,45%

OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES											
	Hospitalidad y trato	Alojamiento	Comida	Carreteras / Comunicacione	Seguridad ciudadana	Conservación Ciudad	Limpieza	Activ. Culturales	Zona Comercial	Tráfico y Aparcamiento	Información Señalización
Bien	92,70%	85,04%	92,14%	85,21%	85,15%	78,74%	79,49%	79,00%	82,85%	35,81%	58,86%
Regular	7,30%	13,78%	7,86%	13,02%	13,47%	19,49%	18,93%	19,57%	16,48%	44,70%	37,20%
Mal	0,00%	1,19%	0,00%	1,78%	1,39%	1,77%	1,58%	1,42%	0,67%	19,49%	3,94%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda



Los datos de coyuntura recogidos por el Observatorio se ofrecen ordenados en tres apartados: características de los turistas; descriptores de la demanda y datos económicos de los visitantes.

Los datos muestran la distribución de los turistas por grupos de edades. En conjunto, resalta el componente joven o edad media de nuestros turistas: más de un tercio tiene menos de 30 años, y casi otro tercio está comprendido entre 30 y 40. A medida que avanzan los trimestres se iguala la edad entre turistas nacionales y extranjeros, si bien se aprecian en los españoles unos porcentajes de edad más próximos a la media y en los extranjeros la dualidad de mayor porcentaje de jóvenes (dinamismo juventud europea) y de ancianos (poder adquisitivo).

En cuanto al tipo de alojamiento, en los establecimientos de superior categoría se alojan, preferentemente, los turistas de mayor edad, en unos porcentajes muy superiores a los que representan estadísticamente, en los restantes lo hace la población joven en una clara concordancia entre edad, precio del establecimiento y poder adquisitivo. Destaca el hecho de que casi la mitad de las personas que no pernoctan en Córdoba tengan entre 30 y 40 años. Indagar las causas de su condición transeúnte y diseñar una oferta que haga atractiva su permanencia es una necesidad patente.

En cuanto a duración de la estancia, los datos ofrecen unos valores muy positivos, tanto en su expresión absoluta (2,8 noches), como en relación con el trimestre anterior y el mismo trimestre de 2003 (1,5 noches). El alargamiento de la estancia se ha producido gracias a la disminución de las no pernoctaciones, que han bajado del 30 al 14% y al notable aumento de las estancias de mayor duración (entre 3 y 7 noches).

En cuanto a tipo de alojamiento destacan los hoteles de cuatro y tres estrellas que reciben casi la mitad de los turistas, con un claro balance favorable a los españoles. Casi una cuarta parte de los visitantes se alojan en casas de familiares o amigos, lo cual es de suma importancia por el carácter de incubadora de turistas que tiene la hospitalidad cordobesa y que, a efectos de funcionamiento del sistema es importante integrar en los servicios turísticos y contar a los cordobeses, pues resulta evidente que somos el principal agente de promoción turística de nuestra ciudad. Quizás por ello es por lo que las tasas de reservas de alojamiento sean realmente discretas y que cuando se hace uso de la misma sea preferentemente a través de agencias. Éstas, prestan sus servicios más para alojamiento que para transporte, lo que tiene mucho que ver con los desplazamientos de cercanías y con la utilización el vehículo particular como medio de transporte.

Sobresale la modalidad del turismo en pareja y el individual, que ganan posiciones frente al descenso experimentado por el turismo de base familiar, que, no obstante, se mantienen en unas proporciones cercanas al 20%.

El principal medio de locomoción es el coche particular, si bien, este medio alcanza su valor más alto entre los turistas españoles (más del 70%), mientras que entre los extranjeros el tren es el primer medio para el acceso a Córdoba.

Encuesta de Coyuntura a la Demanda

En la elección de nuestra ciudad como destino turístico vuelve a destacar que casi la mitad de nuestros visitantes acuden por recomendación de amigos o conocidos y casi el 40% motivados por el grato recuerdo que dejó en ellos una visita anterior. Estos elevadísimos porcentajes –cuyo reverso es la escasa influencia de las recomendaciones de las agencias de viajes- son indicativos de unas elevadas tasas de recurrencia, exponentes de una valoración muy positiva y activo muy importante como garantía de sostenibilidad de nuestro modelo.

El motivo de la visita es abrumadoramente de sentido cultural: conocer la ciudad y sus monumentos.

En el capítulo de datos económicos el presupuesto del viaje –con gran diferencia entre nacionales y extranjeros- representa una cantidad muy moderada y expresa una ambivalencia consistente en que si los datos son mejores que los del trimestre anterior, en cambio, son inferiores en un 12% a los del mismo trimestre del año anterior. Resulta clara una menor disponibilidad de gasto, aunque luego el gasto medio diario se mantenga en un moderado nivel próximo a 50 Euros.

Respecto al nivel de renta que declaran los encuestados, se mantienen los porcentajes de baja y se incrementa levemente los de alta en detrimento de los de clase media.

El conjunto de datos de coyuntura trimestral se cierra con la valoración de nuestra ciudad y principales servicios turísticos por los visitantes. Como viene siendo habitual y es uno de nuestros grandes activos, la valoración es excelente, alcanzando cotas ciertamente elevadas. Las únicas excepciones las constituyen las apreciaciones sobre tráfico, aparcamientos e información- señalización, capítulos que reclaman atención y esmero.

Casi el 84% de los turistas que han visitado Córdoba durante el tercer trimestre de 2004 son de nacionalidad española y solamente el 16% extranjeros. Este hecho ya ha sido puesto de manifiesto en anteriores Boletines del Observatorio Turístico, pues supone una tendencia que aumenta gradualmente e indica una fortísima ruptura con el modelo turístico vigente hasta hace poco más de dos años, caracterizado por el predominio de los turistas extranjeros sobre los españoles.

Ni que decir tienen las grandísimas consecuencias que ello conlleva en el sector y en la actividad turística, así como en la proyección exterior de nuestra ciudad, en la percepción como destino turístico fuera de nuestras fronteras y en la participación en las cuotas de mercado frente a los nuevos destinos emergentes de centroeuropa.

La disminución del turismo extranjero no se ha operado proporcionalmente por nacionalidades o países de origen. Primero fueron los norteamericanos, quienes experimentaron una drástica reducción de su saldo turístico hacia Córdoba a partir de Septiembre de 2002, luego los alemanes, probablemente orientados hacia los adyacentes destinos culturales de Europa y, por último, los franceses.

De los turistas extranjeros que han venido a Córdoba, el 75% procede de países miembros de la UE y el 25% del resto del mundo. Entre los primeros destacan franceses, italianos y británicos, luego los portugueses (11,5%) que van en progresión pese al reducido peso demográfico del país en comparación con los grandes países europeos, aunque compensado por la vecindad. Los procedentes de otros países del mundo son básicamente americanos: sudamericanos el 59% -en progresivo aumento- y norteamericanos en el 36%.

Entre los turistas españoles destacan los andaluces (24%) y los madrileños (19,7%) por razones de significado demográfico de ambas regiones en el conjunto nacional y de proximidad geográfica y accesibilidad. Siguen los procedentes de Cataluña, Castilla-León y Valencia, en unas proporciones mayores que en los otros trimestres del año, sin duda como consecuencia de la movilidad interregional de la población en el período vacacional y de la incorporación a Córdoba como visitantes durante sus viajes o vacaciones en nuestras cercanías.

Sería conveniente diversificar los lugares de origen y sobre todo tratar de recuperar los mercados exteriores, extremando las medidas de difusión, presencia en ferias internacionales, proyección cultural, etc., pues de lo contrario quedaremos pretéridos.

Principales Lugares de Interés

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			BAÑOS CALIFALES		
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
JULIO	17.026	-20,51%	JULIO	8.840	-1,17%	JULIO	27.000	-28,95%	JULIO	3.003	-19,5%
AGOSTO	29.689	-7,98%	AGOSTO	17.827	12,94%	AGOSTO	14.000	-26,32%	AGOSTO	6.126	-16,1%
SEPTIEMBRE	28.260	-20,95%	SEPTIEMBRE	13.965	-10,26%	SEPTIEMBRE	20.000	-25,93%	SEPTIEMBRE	5.221	-18,7%
TOTAL TRIM.	74.975	-16,17%	TOTAL TRIM.	40.632	0,84%	TOTAL TRIM.	61.000	-27,38%	TOTAL TRIM.	14.350	-17,79%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO REGINA		
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
JULIO	4.879	-17,70%	JULIO	1.931	9,22%	JULIO	2.201	-0,32%	JULIO	1.926	-18,36%
AGOSTO	8.497	-3,08%	AGOSTO	3.594	33,46%	AGOSTO	3.384	2,98%	AGOSTO	2.686	-7,28%
SEPTIEMBRE	6.945	-9,68%	SEPTIEMBRE	3.154	18,93%	SEPTIEMBRE	4.258	-5,59%	SEPTIEMBRE	3.918	-23,58%
TOTAL TRIM.	20.321	-9,22%	TOTAL TRIM.	8.679	22,02%	TOTAL TRIM.	9.843	-1,61%	TOTAL TRIM.	4.146	-17,85%
MUSEO DE BELLAS ARTES			MUSEO DIOCESANO			JARDÍN BOTÁNICO					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
JULIO	1.837	-23,04%	JULIO	851	-30,09%	JULIO	1.855	-13,88%			
AGOSTO	4.296	12,37%	AGOSTO	2.689	-43,23%	AGOSTO	2.652	56,92%			
SEPTIEMBRE	4.877	-5,12%	SEPTIEMBRE	1.240	-3,43%	SEPTIEMBRE	2.535	69,79%			
TOTAL TRIM.	11.010	-3,00%	TOTAL TRIM.	4.780	3,85%	TOTAL TRIM.	7.042	31,95%			
MEZQUITA - CATEDRAL			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO			TOTAL VISITANTES					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
JULIO	68.729	-8,13%	JULIO	1.914	--	JULIO	141.992	-14,59%			
AGOSTO	108.078	-1,00%	AGOSTO	2.986	-1,48%	AGOSTO	206.504	-2,37%			
SEPTIEMBRE	95.306	-8,92%	SEPTIEMBRE	3.550	9,64%	SEPTIEMBRE	193.229	-12,37%			
TOTAL TRIM.	272.113	-5,72%	TOTAL TRIM.	8.450	34,79%	TOTAL TRIM.	537.341	-10,18%			

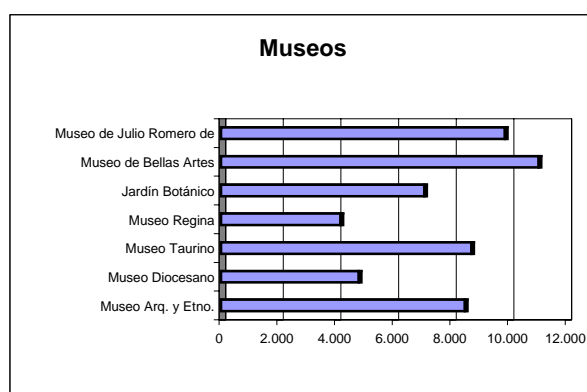
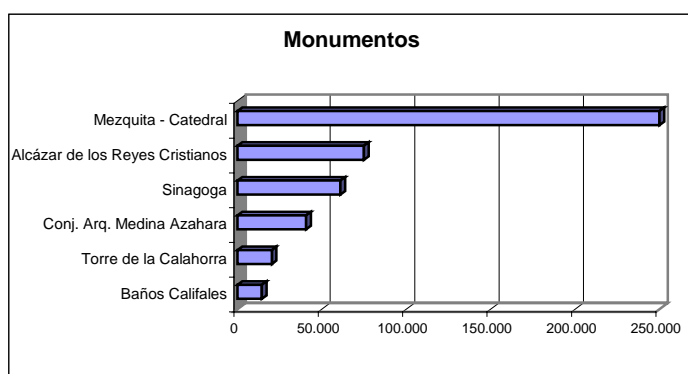
Las visitas a monumentos y museos constituyen una pieza clave del turismo en Córdoba por cuanto son el elemento básico de una oferta que satisface a una demanda de signo claramente cultural. Bien es cierto que no deben constituir el único resorte de nuestro turismo, aunque sí referencia y punto de atracción.

Durante el tercer trimestre de 2004 se han recibido 537.341 visitantes que, como viene siendo habitual, se han distribuido de modo muy desigual entre unos y otros. Mientras los monumentos han recibido 483.391 personas, los museos sólo han recibido 53.950 que, en términos porcentuales suponen el 11,2% de los primeros.

En conjunto, las visitas han experimentado una disminución del 31,6% respecto del trimestre anterior y del 1% respecto del mismo trimestre de 2003. Pero más importante que la disminución en términos absolutos o relativos es que el número de visitantes es menor justamente cuando las cifras de turistas evidencian crecimiento y recuperación. Lo que realmente está sucediendo es que el coeficiente turista /visitas ha disminuido considerablemente. Así la proporción 3,6 del verano de 2003 ó 3,8 del trimestre primavera de 2004 ha bajado a 3,1, lo cual es digno de tenerse en cuenta. Si tomamos en consideración que esta disminución se produce en el periodo en el que ha aumentado la estancia media, resulta clara la pérdida de interés de los turistas por los mismos, lo cual ha de ser analizado en todo su significado y rigor, pues lo antedicho es síntoma de una pérdida de interés cultural que no conviene a nuestro turismo, pues debilita nuestro principal marbete de atracción.

Los mayores porcentajes de pérdida de visitantes los han experimentado los monumentos (10,8%). Como es habitual, el monumento más visitado es la Mezquita-Catedral, que concentra el 56% de las visitas turísticas; le siguen el Alcázar (74.975 visitas) y la Sinagoga (61.000), que también experimentan retrocesos, y Medina Azahara, que es el único monumento que no sólo no pierde visitantes, sino que gana algunos, lo cual es muy positivo –fruto sin duda de los éxitos de gestión y promoción- considerando el retroceso generalizado de las visitas.

Los museos han tenido un comportamiento divergente durante el tercer trimestre y, además, muy diferenciado de unos meses a otros. Ganan visitantes el Museo Taurino, el Arqueológico y el Jardín Botánico y pierden el de Julio Romero, Bellas Artes, Regina y los Baños Califales. Probablemente convenga intensificar la promoción y emprender acciones para diversificar contenidos y actividades para atraer a un público que halla distante cuanto no se le ofrece al paso.



Demanda Hotelera

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES				
FUENTE: INE	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2004	var/03	2004	var/03
JULIO	49.829	8,58%	73.364	11,30%
AGOSTO	55.527	-1,02%	80.442	-3,27%
SEPTIEMBRE	69.051	4,12%	102.114	9,67%
TOTAL TRIM.	174.407	3,62%	255.920	5,67%

Los 174.407 visitantes del tercer trimestre generaron en Córdoba 255.920 pernoctaciones, lo que supone un crecimiento positivo y de cambio de tendencia con respecto al mismo trimestre del año 2003. Ello con el factor añadido de que mientras los visitantes han aumentado en 3,6%, las pernoctaciones lo han hecho en 5,7%, con perceptible repercusión en el aumento de la duración de la estancia media en Córdoba casi en el 2%.

Por meses los datos muestran realidades diferenciadas: importante aumento de viajeros y pernoctaciones en Julio, moderado en Septiembre y negativo en Agosto, lo cual, como es natural, ha tenido su reflejo en los porcentajes de ocupación hotelera, que han oscilado en el mismo sentido. Respecto a ésta, los datos presentan unos porcentajes bajos, lo que evidencia un exceso de oferta mientras no se logre incrementar el flujo de turistas hacia nuestra ciudad o prolongar las estancias, programando actividades complementarias a nuestro modelo turístico que hoy se revela en exceso escuetamente monumental.

Según los datos facilitados por el INE referentes a la totalidad de establecimientos hoteleros (hoteles y pensiones), los porcentajes de ocupación han sido muy discretos durante todo el trimestre, en el que únicamente el mes de Septiembre se ha aproximado al 60%, si bien tanto este mes como Julio han visto aumentar su ocupación con respecto al año anterior. No así Agosto, que ha perdido casi el 7% de pernoctaciones.

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN				
FUENTE: INE	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2004	var/03	2003	var/02
JULIO	1,47	2,08%	41,00%	6,63%
AGOSTO	1,45	-2,03%	45,18%	-6,75%
SEPTIEMBRE	1,48	5,71%	58,55%	4,09%
TOTAL TRIM.	1,47	1,98%	48,24%	1,10%

Los datos facilitados por HOSTECOR se refieren solamente a hoteles. En su expresión numérica vienen a completar lo antedicho, si bien evidencian una tendencia negativa de los porcentajes de ocupación incluso en el mes de Septiembre. Por categorías de hoteles, los que presentan mejores niveles de ocupación son los de cuatro y una estrella y los de menor grado de ocupación los de categoría intermedia. Se pone así de manifiesto una de las características de nuestro modelo turístico: la polarización de los huéspedes en los establecimientos de superior e inferior categoría, atraídos por el confort en un caso y por el precio del alojamiento en el otro.

GRADO DE OCUPACIÓN (%)										
FUENTE: HOSTECOR	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2004	var/03	2004	var/03	2004	var/03	2004	var/03	2004	var/03
JULIO	43,90%	-3,61%	53,02%	-11,14%	41,64%	4,44%	27,87%	-15,98%	53,05%	7,28%
AGOSTO	48,94%	-9,26%	67,66%	-1,98%	46,39%	-9,38%	29,93%	-20,10%	51,77%	-10,80%
SEPTIEMBRE	67,67%	-3,06%	76,25%	-3,94%	69,45%	-4,17%	57,40%	-2,33%	67,58%	-1,49%
TOTAL TRIM.	53,50%	-5,18%	65,64%	-5,36%	52,49%	-3,70%	38,40%	-10,97%	57,47%	-2,10%

