

CONFIRMACIÓN DE LA RECUPERACIÓN TURÍSTICA

Los datos correspondientes al tercer trimestre de 2005 muestran una mejora generalizada de los indicadores turísticos.

El primero de ellos es bien elocuente: 186.774 viajeros recibidos, frente a los 174.000 del mismo período del año anterior. El aumento equivale al 7%, el cual ha de valorarse en términos muy positivos por no tener precedentes en los trimestres anteriores y por ser expresivo de una tendencia que viene a consolidar la recuperación.

Más favorables aún que los datos de turistas son los referidos a las pernoctaciones, que han aumentado casi en el 11%, y que la ocupación hotelera, que también ha aumentado más del 9%. Como contrapunto, la estancia media de los turistas en Córdoba – con independencia de que consideremos los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera o los obtenidos directamente por el Observatorio, se mantiene en unos niveles estables en los que se aprecian leves oscilaciones tanto positivas como negativas, si bien, en este tercer trimestre ha crecido un 3,18%.

El gasto medio estimado es de 60 Euros por persona y día. Cuantitativamente, la expresada cifra supone un incremento del 20% respecto al mismo trimestre del año anterior, y del 10% respecto al trimestre precedente, si bien ello ha de interpretarse no tanto en términos de aumento de la capacidad de gasto de nuestros visitantes sino, más bien, consecuencia de la evolución de los precios en el sector.

Las visitas a monumentos han sobrepasado el medio millón, habiendo experimentado, asimismo, un porcentaje de crecimiento superior al de los visitantes, lo cual es una satisfactoria prueba del acrecentamiento de la demanda cultural. Los museos, en cambio, presentan una estabilidad retroceso debido al cierre del museo taurino.

La valoración de Córdoba continúa siendo muy buena. El 80% de los turistas encuestados así se expresa, siendo esta percepción un elemento de incalculable valor para la sostenibilidad de nuestro modelo turístico.

Respecto a la procedencia de nuestros visitantes, siguen predominando los turistas españoles, si bien respecto a los datos del año 2005 es apreciable un significativo aumento de los turistas extranjeros.

De lo concerniente a la duración de la estancia, lo más significativo –aunque en valores menores que el trimestre anterior- sigue siendo la tasa de excursionistas (16%), turistas no pernoctantes o turistas de paso, y cuya disminución ha de ser uno de los objetivos estratégicos de las actuaciones del sector.

Los que sí pernoctan, en una mayoría del 52%, protagonizan estancias de una o dos noches y, aproximadamente la tercera parte, tres ó más, evidenciándose una leve tendencia al acortamiento de la estancia, que quizás haya de interpretarse como una de las escasas debilidades de los datos turísticos del tercer trimestre del año 2005.

En conclusión, un trimestre caracterizado por el incremento muy notable de los turistas, de las pernoctaciones, del gasto medio diario y que, asimismo, apunta levemente hacia una recuperación del turismo extranjero.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

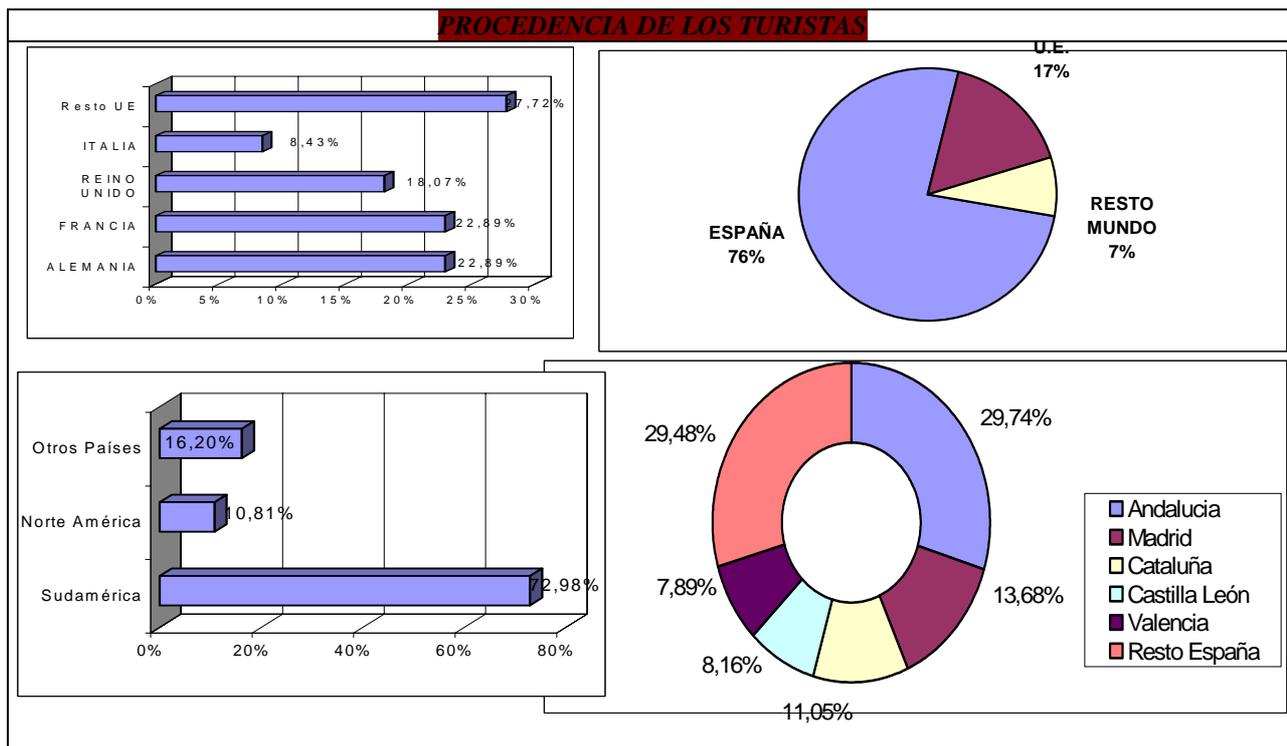
VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (propia)	
	INE	HOSTECOR	ESTANCIA MEDIA (EOH)		TOTAL	HOTELES		
186.774	282.922	52,89%	58,65%	1,51 noches		2,52	2,03	
7,09%	10,55%	9,63%	9,02%	3,18%		noches	noches	
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMET. / MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA		DURACIÓN ESTANCIA	
60,24 €	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	81,72%	España 61,21%		Sin Pernocta	16,17%
21,16%	505.558	49.624	REGULAR	13,40%	Extranjero 38,79%		1 - 2 noches	52,10%
	7,79%	-0,06%	MAL	4,88%			+ 3 noches	31,74%

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	6,72%	7,30%	5,95%	7,69%	4,63%	6,51%
10 - 18 años	5,22%	5,91%	2,38%	4,70%	2,65%	10,57%
18 - 29 años	29,85%	29,78%	29,17%	14,96%	44,37%	19,51%
30 - 44 años	32,09%	32,74%	30,36%	33,33%	33,11%	35,77%
45 - 65 años	18,66%	17,95%	20,24%	26,50%	11,92%	21,95%
65 años y más	7,46%	6,31%	11,91%	12,82%	3,31%	5,69%
DURACION ESTANCIA						
Sin Pernoctación	16,17%	18,64%	8,33%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	52,10%	46,72%	69,17%	82,21%	69,29%	0,00%
3 - 7 noches	30,54%	33,86%	20,00%	17,79%	30,71%	0,00%
Más de 7 noches	1,20%	0,79%	2,50%	0,00%	0,00%	0,00%
Media	2,5	2,19	3,58	1,94	2,11	
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	38,81%	36,77%	44,55%	100,00%	0,00%	0,00%
Hoteles 1 y 2 *	10,71%	10,97%	10,00%	0,00%	35,43%	0,00%
Pensión	19,52%	15,81%	30,00%	0,00%	64,57%	0,00%
Casa amigos o familiares	25,48%	30,97%	10,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	5,48%	5,48%	5,45%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUO RESERVA						
Sí	49,07%	42,39%	70,43%	79,87%	56,80%	13,70%
No	50,93%	57,61%	29,57%	20,13%	43,20%	86,30%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	15,30%	11,52%	21,36%	20,69%	8,64%	40,00%
Alojamiento por agencia	25,75%	32,73%	14,56%	38,62%	12,34%	0,00%
Alojamiento directamente	31,71%	36,97%	23,30%	22,07%	54,32%	0,00%
Transporte por agencia	13,43%	7,88%	22,33%	12,41%	3,71%	10,00%
Transporte directamente	13,81%	10,91%	18,45%	6,21%	20,99%	50,00%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	76,05%	100,00%	0,00%	69,94%	65,35%	87,65%
Unión Europea	16,57%	0,00%	69,17%	20,25%	25,98%	8,64%
Resto del mundo	7,39%	0,00%	30,83%	9,82%	8,66%	3,70%
GRUPO						
Solo	18,56%	19,16%	16,67%	5,52%	15,75%	16,05%
Pareja	35,33%	32,02%	45,83%	42,94%	44,88%	27,16%
Familia	26,55%	27,82%	22,50%	38,04%	15,75%	33,33%
Amigos	19,56%	21,00%	15,00%	13,50%	23,62%	23,46%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	64,47%	58,79%	82,50%	84,05%	86,61%	49,38%
Visita amigos o familiares	21,76%	25,46%	10,00%	4,91%	4,72%	9,88%
Trabajo/negocios	6,79%	8,40%	1,67%	7,98%	3,15%	19,75%
Excursiones, visitas...	5,19%	6,04%	2,50%	3,07%	5,51%	14,81%
Estudios	1,80%	1,31%	3,33%	0,00%	0,00%	6,17%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE						
Coche propio	53,77%	66,58%	12,82%	56,52%	49,19%	67,53%
Coche alquilado	3,46%	0,53%	12,82%	5,59%	4,84%	1,30%
Avión regular	0,61%	0,00%	2,56%	1,24%	0,00%	0,00%
Autobús regular	8,96%	6,68%	16,24%	4,97%	13,71%	12,99%
Autobús discrecional	1,02%	1,07%	0,85%	1,86%	0,00%	2,60%
Moto	0,20%	0,27%	0,00%	0,00%	0,81%	0,00%
Tren	31,98%	24,87%	54,70%	29,81%	31,45%	15,58%
COMO ELIGIO DESTINO						
Recomendación agencia viajes	2,62%	1,85%	5,08%	5,56%	0,80%	2,50%
Recomend. amigos o familiares	15,52%	15,34%	16,10%	10,49%	9,60%	15,00%
Cultura general	29,64%	25,13%	44,07%	37,04%	44,00%	28,75%
Iniciativa propia	33,06%	35,45%	25,42%	29,01%	32,80%	31,25%
Experiencia propia	17,94%	21,43%	6,78%	16,67%	10,40%	22,50%
Folletos turísticos	0,40%	0,00%	1,69%	0,62%	0,80%	0,00%
Oferta o folleto touroperador	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Publicidad o información MCS	0,60%	0,79%	0,00%	0,62%	0,80%	0,00%
Clubes o asociaciones	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Internet	0,20%	0,00%	0,85%	0,00%	0,80%	0,00%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	5,77%	4,75%	8,83%	5,16%	8,95%	7,29%
Espectáculos, teatros...	1,18%	0,53%	3,15%	0,77%	1,92%	0,66%
Pasear	24,27%	24,05%	24,92%	27,32%	26,52%	23,18%
Descansar	10,99%	11,50%	9,46%	8,76%	14,06%	1,98%
Visitar amigos / familia	8,85%	10,44%	4,10%	1,54%	1,28%	5,96%
Trabajo	2,29%	2,85%	0,63%	3,09%	0,64%	9,27%
Gastronomía	9,88%	8,54%	13,88%	14,69%	6,71%	16,56%
Deportes	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	4,19%	4,85%	2,21%	1,29%	3,83%	0,00%
Visitas culturales	32,57%	32,49%	32,81%	37,37%	36,10%	35,10%
DATOS ECONOMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	294,12	220,02	534,15	311,57	294,37	155,82
Diario	76,9	66,36	111,33	85,43	86,36	68,65
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	60,24	58,48	65,92	74,32	57,58	51,38
NIVEL DE RENTA						
Alta	58,23%	55,29%	67,50%	68,10%	48,03%	40,00%
Media	32,13%	32,80%	30,00%	25,77%	40,16%	42,50%
Baja	9,64%	11,90%	2,50%	6,13%	11,81%	17,50%

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	75,37%	75,77%	85,97%	92,31%	91,67%	88,24%	97,73%	81,12%	91,93%	84,04%	87,01%	29,52%
Regular	19,16%	20,94%	11,54%	7,12%	8,33%	11,76%	2,27%	18,29%	7,25%	14,34%	12,16%	27,66%
Mal	5,47%	3,29%	2,49%	0,57%	0,00%	0,00%	0,00%	0,59%	0,83%	1,62%	0,82%	42,82%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda



La Encuesta de Coyuntura nos ofrece datos pormenorizados sobre la caracterización de la demanda

Principalmente, nuestros visitantes son de mediana edad. La mayor proporción pertenece a las cohortes de 30 a 44 años; le siguen los grupos inmediatamente más jóvenes (18 a 29 años), y entre ambos concentran más del 60% de los turistas. Este dato muestra que la mayor parte del contingente está integrado por personas jóvenes, autónomas y en plenitud laboral, las cuales, además de ser soporte del turismo de base familiar, posiblemente tengan ocasión de volver a Córdoba.

Las únicas diferencias entre turistas españoles y extranjeros dignas de mención son la menor concurrencia de extranjeros jóvenes y la mayor proporción de turistas ancianos.

Comparando la edad de los turistas con los tipos de establecimientos hoteleros frecuentados, advertimos que los establecimientos de rango superior acogen a turistas de más edad, en clara evidencia de la correlación existente entre edad, poder adquisitivo y demanda de confort. Los restantes establecimientos hoteleros, por el contrario, acogen a turistas más jóvenes.

La duración media de la estancia es de 2,5 noches, que está en consonancia con nuestra condición de destino turístico cultural. La mayoría de las pernoctaciones es de una ó dos noches y sólo una tercera parte excede de tres. Entre españoles y extranjeros existen diferencias, 2,19 noches frente a 3,58.

Los establecimientos hoteleros más frecuentados son los de superior categoría. Les siguen las pensiones, que albergan casi al 20% de los turistas que pernoctan en Córdoba. Se aprecia una tendencia al alza del alojamiento en establecimientos modestos.

El aumento de las pernoctaciones en establecimientos modestos ha de considerarse muy positivo, por cuanto la ubicación en la trama urbana del casco histórico permite la difusión espacial y sectorial de los beneficios del turismo.

Rasgo destacadísimo y repetido en los datos de la Encuesta es el elevadísimo porcentaje de turistas (una cuarta parte) que se alojan en casas de amigos o familiares. Ello prueba el carácter extremadamente hospitalario de nuestros conciudadanos y, lejos de estimarse una práctica que disminuye las pernoctaciones comerciales, ha de considerarse un hecho muy positivo, por cuanto es factor de atracción de visitantes y vehículo de inserción de la población cordobesa en la actividad turística en calidad de anfitrión.

En lo que se refiere a la realización de reservas para la estancia en Córdoba, están igualados en número los que contestan afirmativa o negativamente. Los porcentajes de reservas han sido menores que en los precedentes trimestres, por el grado de eventualidad que tiene el turismo en la estación estival.

Encuesta de Coyuntura a la Demanda

Entre los españoles predominan la reserva de alojamiento a través de gestión directa o mediante agencia, mientras que entre los extranjeros la intermediación de las agencias es más amplia y afecta tanto al viaje como al alojamiento o transporte, siempre con un grado de intervención personal que es inversamente proporcional a la categoría del establecimiento y, por extensión, al nivel de renta de los turistas.

La modalidad de viaje más consolidada es la de turismo en pareja, especialmente entre extranjeros. Le sigue el turismo familiar, que pese a la disminución que viene sufriendo, en los datos del trimestre aparece en mayor proporción que en los restantes por el propio componente familiar que tienen las vacaciones y viajes de verano.

El motivo del viaje a Córdoba es mayoritariamente vacacional, siendo destacable el hecho de que una cuarta parte de los turistas lo hagan con el propósito de visitar a amigos o familiares, lo cual explica, en buena medida las elevadas tasas de pernoctación en el domicilio de éstos.

Respecto al último medio de transporte utilizado para llegar a Córdoba, los datos son sumamente elocuentes: el 66% de los españoles lo hacen en coche propio y el 55% de los extranjeros en tren. El 13% de los extranjeros se desplaza hasta Córdoba desde ciudades del entorno geográfico en coche de alquiler.

Respecto a los motivos para la elección de Córdoba como destino, destacan los propiamente vivenciales. Así, ocupan un lugar destacado la percepción cultural de Córdoba, la experiencia de un viaje anterior o las recomendaciones de personas del entorno afectivo. En sentido contrario observamos la escasa influencia de agencias, folletos, internet... Entre las actividades que realizan los turistas destacan las de signo cultural. Sigue llamando la atención el escaso porcentaje de actividades relacionadas con las compras. Seguramente ello tiene que ver con los caracteres de la oferta comercial – particularmente en el casco histórico- que no se considera atractiva y que, finalmente, está repercutiendo de modo negativo en todo el sector turístico una de cuyas líneas estratégicas debería ser el contar con un comercio representativo, de calidad y complementario de la oferta cultural.

Los datos económicos recogidos por el Observatorio Turístico expresan una dualidad digna de mención: se ha incrementado notablemente el gasto medio diario en el último año (20%), pero se ha reducido considerablemente el presupuesto del viajes (40% de promedio y a la mitad en los extranjeros). Ello tiene que ver con el encarecimiento de los servicios, que obliga a un mayor gasto diario, con la merma de la disponibilidad económica para el viaje y, seguramente, con el afianzamiento de un modelo turístico que fracciona las vacaciones y escalona los viajes.

Los niveles de renta que declaran poseer nuestros visitantes se mantienen en los porcentajes habituales, con un leve incremento de quienes declaran ser titulares de rentas bajas.

La valoración de Córdoba es, como siempre, altamente positiva, con los únicos problemas manifiestos del tráfico y aparcamiento típicos de cualquier ciudad.

Los turistas que visitaron Córdoba durante el tercer trimestre del 2005 eran españoles en sus dos terceras partes y extranjeros en la tercera parte restante.

Advertimos un leve aumento de los turistas extranjeros, que comenzamos a interpretar como cambio de tendencia hacia la recuperación del turismo exterior.

Entre los turistas extranjeros el predominio corresponde a los europeos, que casi triplican a los venidos de otras partes del mundo y han alcanzado un grado de presencia desconocido en la composición del contingente turístico cordobés. Ello es consecuencia del surgimiento de nuevas geografías turísticas, de la percepción y nuevos rumbos del turismo estadounidense, japonés, canadiense, etc.

Entre los europeos, las nacionalidades alemana y francesa concentran casi la mitad de los turistas, seguidos de la británica. El rasgo más significativo es la recuperación del turismo alemán.

Los turistas extraeuropeos son principalmente sudamericanos, en una proporción hasta hoy desconocida: 73%. Contrariamente, el turismo norteamericano ha descendido hasta unos niveles muy bajos, aportando solamente uno de cada diez turistas no europeos. Este hecho, de singular repercusión a todos los niveles, es sumamente indicativo de las nuevas tendencias del turismo a escala mundial y en la medida de nuestras posibilidades debería ser objeto de atención preferente.

La principal área de procedencia de los turistas españoles es la propia región andaluza, (30%). Le siguen las restantes comunidades autónomas, con claro predominio de Madrid, en razón de los componentes demográficos y de la accesibilidad a nuestra ciudad, y Cataluña.

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
JULIO	14.096	-17,21%	JULIO	8.683	-1,78%	JULIO	33.500	24,07%	JULIO	72.017	4,78%
AGOSTO	23.609	-20,48%	AGOSTO	17.989	0,91%	AGOSTO	36.500	160,71%	AGOSTO	109.244	1,08%
SEPTIEMBRE	18.558	-34,33%	SEPTIEMBRE	14.600	4,55%	SEPTIEMBRE	31.500	57,50%	SEPTIEMBRE	104.485	9,63%
TOTAL TRIM.	56.263	-24,96%	TOTAL TRIM.	41.272	1,58%	TOTAL TRIM.	101.500	66,39%	TOTAL TRIM.	285.746	5,01%
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
JULIO	4.867	-0,25%	JULIO	cerrado	--	JULIO	1.857	-15,63%	JULIO	2.084	8,88%
AGOSTO	7.953	-6,40%	AGOSTO	cerrado	--	AGOSTO	3.787	11,91%	AGOSTO	3.257	9,08%
SEPTIEMBRE	7.957	14,57%	SEPTIEMBRE	cerrado	--	SEPTIEMBRE	4.180	-1,83%	SEPTIEMBRE	3.562	0,34%
TOTAL TRIM.	20.777	2,24%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	9.824	-0,19%	TOTAL TRIM.	8.903	5,36%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04
JULIO	2.623	42,79%	JULIO	1.743	-6,04%	JULIO	2.051	6,49%	JULIO	607	-28,67%
AGOSTO	5.081	18,27%	AGOSTO	3.014	13,65%	AGOSTO	2.812	4,69%	AGOSTO	1.037	-61,44%
SEPTIEMBRE	5.336	9,41%	SEPTIEMBRE	1.599	-36,92%	SEPTIEMBRE	3.976	1,48%	SEPTIEMBRE	1.018	-17,90%
TOTAL TRIM.	13.040	18,44%	TOTAL TRIM.	6.356	-9,74%	TOTAL TRIM.	8.839	3,62%	TOTAL TRIM.	2.662	-44,31%
BAÑOS CALIFALES			TOTAL DE VISITANTES								
	VISITAS	%var/04		VISITAS	%var/04						
JULIO	cerrado	--	JULIO	144.128	5,16%						
AGOSTO	cerrado	--	AGOSTO	214.283	8,89%						
SEPTIEMBRE	cerrado	--	SEPTIEMBRE	196.771	6,45%						
TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	555.182	7,03%						

Los datos facilitados por los diferentes monumentos y museos cordobeses durante los meses estivales llenan de optimismo el cómputo total de visitantes al provocar, respecto al mismo trimestre de 2004, un incremento superior a los 7 puntos porcentuales, lo que supone 555.182 entradas, distribuidas de forma muy desigual entre monumentos y museos. Así, los datos apuntan a que de cada 10 visitas efectuadas a lugares de interés turístico, 9 registran los monumentos frente a una que se llevan los museos.

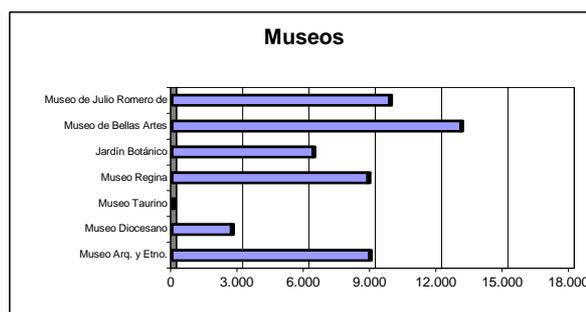
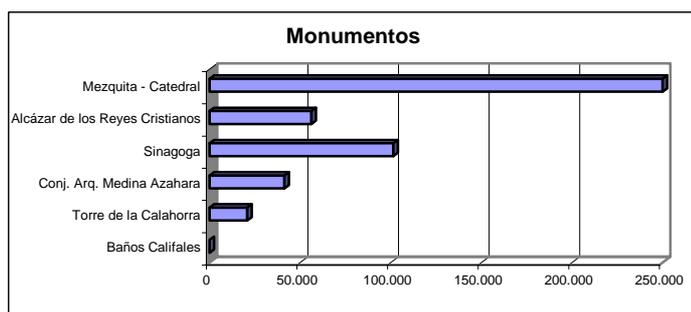
En conjunto, los monumentos cordobeses han recibido durante el tercer trimestre del año un total de 505.558 visitantes, lo que representa una subida del 7,79%. Por su parte, las 49.624 entradas registradas en los museos no han seguido la misma tónica de incremento, al igualar prácticamente las cifras del año precedente.

La Mezquita-Catedral constituye, como siempre, el monumento cordobés de mayor atracción turística, y este trimestre, con sus más de 285.000 entradas, ha logrado un aumento superior al 5%. Le sigue la Sinagoga, que muestra la evolución más favorable, y es la artífice de que durante el tercer trimestre del año la tendencia registrada sea tan positiva, puesto que su importante incremento (66,39%) se ha dejado sentir fuertemente en el cómputo general.

En cuanto a los museos, tanto si hablamos en términos absolutos como en variaciones, la hegemonía corresponde al Museo de Bellas Artes, que ha sumado 13.040 visitas, mientras que el crecimiento de 18 puntos respecto al tercer trimestre de 2004, lo colocan como el mejor museo cordobés, en lo que a afluencia se refiere, de este periodo.

Pese a encontrarnos en la temporada baja del turismo cordobés, las visitas a lugares de interés turístico muestran un claro optimismo, destacando, por índices de afluencia, el mes de Agosto, al acaparar el 39% del total de entradas contabilizadas durante la temporada estival.

Se espera que los datos del próximo boletín sigan esta tendencia de crecimiento.



Demanda Hotelera

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES				
FUENTE: INE	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2005	var/04	2005	var/04
JULIO	49.346	-0,97%	74.636	1,73%
AGOSTO	64.591	16,32%	99.603	23,82%
SEPTIEMBRE	72.837	5,48%	108.683	6,43%
TOTAL TRIM.	186.774	7,09%	282.922	10,55%

El calificativo de "temporada baja" asignado al tercer trimestre del año está muy amortiguado en este ejercicio como consecuencia de los buenos resultados obtenidos. Las importantes cifras registradas durante los primeros meses de 2005 presagiaban una mejora de todos los indicadores turísticos, si bien, el tercer trimestre del año ha sobrepasado dichas expectativas.

Así, las 186.774 personas que nos han visitado suponen un 7,09% más que durante el verano de 2004, lo que se ha dejado sentir de forma significativa en el número de pernoctaciones, que han crecido un 10,55% al generar 282.922 pernoctas.

Agosto ha sido históricamente el mes estival más negativo para Córdoba porque normalmente los turistas suelen decantarse por destinos más veraniegos de sol y playa. Nuevamente este 2005 ha roto con todos los pronósticos al mostrar la mejor evolución de lo que llevamos de año, lo que significa un cambio de los patrones turísticos arraigados hasta ahora.

Por su parte, la estancia media también ha aumentando, aunque en términos más moderados, al pasar de las 1,47 noches de media del tercer trimestre de 2004 a las 1,51 noches de este año.

En cuanto al grado de ocupación en establecimientos hoteleros, los datos de INE mejoran significativamente respecto al año precedente (aumento del 9,63%) al cifrar su grado de ocupación en el 52,89%.

Por su parte, el incremento de Hostecor es similar al del INE, si bien su ocupación, referida tan sólo a hoteles, es un tanto superior, 58,65%.

Por categorías hoteleras el mejor grado de ocupación se obtiene en los establecimientos de superior categoría (4 estrellas), mientras que las categorías inferiores (1 y 2 estrellas) presentan las evoluciones más destacadas del trimestre, aunque hay que añadir que en todos los casos se han mejorado las cifras del año precedente.

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN

FUENTE: INE	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2005	var/04	2005	var/04
JULIO	1,51	2,72%	41,94%	2,29%
AGOSTO	1,54	6,21%	55,31%	22,42%
SEPTIEMBRE	1,49	0,68%	61,42%	4,90%
TOTAL TRIM.	1,51	3,18%	52,89%	9,63%

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
JULIO	50,53%	15,12%	58,28%	9,92%	40,32%	-3,17%	37,59%	34,88%	65,93%	24,28%
AGOSTO	59,54%	19,48%	66,81%	-1,26%	49,41%	6,51%	47,07%	40,47%	74,86%	44,60%
SEPTIEMBRE	65,89%	-2,63%	79,51%	4,28%	67,80%	-2,38%	54,85%	-4,44%	61,40%	-9,14%
TOTAL TRIM.	58,65%	9,02%	68,20%	3,89%	52,51%	0,03%	46,50%	17,45%	67,40%	17,28%

