

UN TRIMESTRE MUY POSITIVO CON PREDOMINIO DEL TURISMO EXTRANJERO

Los datos recogidos por el Observatorio Turístico para el tercer trimestre del año ofrecen como rasgo de conjunto su carácter positivo, tanto en sus dimensiones absoluta como comparada, particularmente en relación al mismo trimestre del año anterior, el cual ya se consideraba como inflexión positiva en la evolución del turismo cordobés de los últimos años.

El primer dato positivo es el referente al número de visitantes, que por primera vez en el trimestre estival se aproxima a los 200.000, lo cual, además, equivale a un aumento del 12,6%. Relacionada con la cifra de visitantes está la de pernoctaciones, que también han aumentado, pero, incluso, de modo más positivo, ya que han experimentado un incremento del 15%. Lo dicho es más digno de mención, si cabe, considerando que los aumentos aludidos –particularmente el de pernoctaciones– se han producido en el trimestre de mayor movilidad y menor asiento de los turistas, como es el verano.

La estancia media, según los datos ofrecidos por la Encuesta de Ocupación Hotelera, aumenta levemente, en consonancia con el incremento de las pernoctaciones, mientras que según los datos recogidos por el Observatorio Turístico se mantiene en torno a las dos noches. No obstante, al respecto el dato o conjunto de datos significativos son los referentes a la duración de la estancia desglosada en categorías e intervalos de duración. En este sentido, rasgo muy favorable y concordante con la valoración general del trimestre es la importantísima reducción de la cifra de excursionistas, que han descendido hasta el 12,2%. Esta reducción ha tenido como contrapartida el aumento de las estancias de una ó dos noches. Todo ello tiene un claro significado: la efectividad de las actuaciones desarrolladas por entidades, instituciones y agentes turísticos

en orden a la elongación de la estancia de los turistas en Córdoba.

El gasto medio de los turistas en Córdoba también ofrece un balance positivo, pues ha aumentado más del 11% en el último año.

Menos favorables son los datos relativos a las visitas a monumentos y museos; respecto a las primeras, si bien es cierto que aumenta el saldo, tal incremento supone una proporción menor que el de turistas. Las visitas a museos han disminuido casi el 3%. Ambos datos deben ser objeto de consideración, pues nos están ilustrando sobre una retracción de la demanda cultural en una ciudad de claro marbete turístico cultural, que aspira a la nominación europea de 2016 y que haya en lo cultural uno de los pilares de la sostenibilidad del turismo.

La valoración de Córdoba por los turistas sigue siendo excelente, arrojando unos porcentajes de satisfacción plena en torno al 75%, lo cual es motivo de complacencia por cuanto supone una apreciación global de la ciudad y de los ciudadanos, por cuanto ello es otro de los pilares de la durabilidad del turismo y de la recurrencia de los visitantes.

Y como colofón destacamos una tendencia ya iniciada en el trimestre anterior, el aumento de los turistas extranjeros, que aproximan sus cifras a las de los españoles.

En conclusión un trimestre muy positivo, con alzas en el número de visitantes, en las pernoctaciones, en el gasto medio diario y en la concurrencia de turismo extranjero, al tiempo que han disminuido los excursionistas. Todo ello en unos meses en los cuales la valoración de Córdoba por los turistas sigue siendo muy buena.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

Viajeros (EOH)	Pernoctaciones (EOH)		Ocupación Hotelera		Estancia media (EOH)		Estancia media (propia)	
	INE	HOSTECOR	INE	HOSTECOR	TOTAL	HOTELES	TOTAL	HOTELES
198.823	60,94%	62,37%	316.387	1,59 noches	1,98	1,97		
12,56%	6,88%	-0,03%	15,06%	2,22%	noches	noches		

Gasto Medio Diario	Visitas a Monumentos / Museos		Valoración de Córdoba		Procedencia de los turistas (INE)		Duración de la estancia		
	Monumentos	Museos	Bien	Regular	Mal	España	U. Europea	Sin Pernocta	1 - 2 noches
64,73 €	523.655	57.697	73,66%	20,42%	5,93%	56,34%	12,17%	62,68%	25,15%
11,20%	4,95%	-2,87%				43,66%			

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

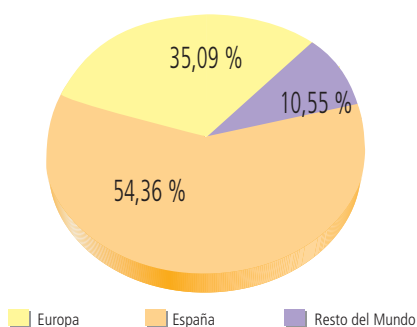
CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA							
PERFIL													
EDAD													
Menor de 10 años	9,61%	10,16%	8,94%	12,39%	7,33%	8,98%							
10 - 18 años	9,46%	9,90%	8,94%	9,06%	10,00%	8,98%							
18 - 29 años	27,51%	29,14%	25,56%	13,90%	38,67%	28,20%							
30 - 44 años	28,97%	27,54%	30,67%	33,23%	25,34%	28,20%							
45 - 65 años	17,76%	18,45%	16,94%	20,55%	14,67%	24,36%							
65 años y más	6,69%	4,82%	8,94%	10,88%	4,00%	1,28%							
DURACIÓN ESTANCIA													
Sin Pernoctación	12,17%	15,67%	8,00%	0,00%	0,00%	100,00%							
1 - 2 noches	62,68%	57,84%	68,44%	78,73%	77,88%	0,00%							
3 - 7 noches	24,34%	25,75%	22,67%	21,27%	21,24%	0,00%							
Más de 7 noches	0,81%	0,75%	0,89%	0,00%	0,88%	0,00%							
Media	1,98	1,96	2,00	1,95	1,98	0,00							
TIPO DE ALOJAMIENTO													
Hoteles 3 y 4 *	51,28%	46,43%	56,52%	100,00%	0,00%	0,00%							
Hoteles 1 y 2 *	12,53%	12,05%	13,04%	0,00%	47,79%	0,00%							
Pensión	13,69%	9,82%	17,87%	0,00%	52,21%	0,00%							
Casa amigos o familiares	12,30%	20,54%	3,38%	0,00%	0,00%	0,00%							
Resto	10,21%	11,16%	9,18%	0,00%	0,00%	0,00%							
EFFECTUÓ RESERVA													
Sí	75,92%	63,77%	90,22%	90,95%	81,42%	43,10%							
No	24,08%	36,23%	9,78%	9,05%	18,58%	56,90%							
TIPO DE RESERVA													
Viaje organizado por agencia	11,35%	6,28%	14,86%	14,57%	6,61%	24,24%							
Alojamiento por agencia	18,20%	21,99%	15,58%	24,29%	13,22%	12,12%							
Alojamiento directamente	36,40%	45,55%	30,07%	32,79%	47,11%	24,24%							
Transporte por agencia	8,14%	4,72%	10,51%	7,29%	4,96%	15,15%							
Transporte directamente	25,91%	21,47%	28,98%	21,05%	28,10%	24,24%							
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA													
LUGAR DE RESIDENCIA													
España	54,36%	100,00%	0,00%	47,06%	43,36%	70,00%							
Unión Europea	35,09%	0,00%	76,89%	41,18%	44,25%	20,00%							
Resto del mundo	10,55%	0,00%	23,11%	11,76%	12,39%	10,00%							
GRUPO													
Solo	8,92%	8,96%	8,89%	4,98%	7,96%	6,67%							
Pareja	40,37%	41,79%	38,67%	42,08%	44,25%	38,33%							
Familia	28,60%	29,85%	27,11%	34,84%	24,78%	26,67%							
Amigos	22,11%	19,40%	25,33%	18,10%	23,01%	28,33%							
MOTIVOS DEL VIAJE													
Vacaciones	71,28%	65,79%	77,78%	79,64%	82,14%	70,00%							
Visita amigos o familiares	11,61%	17,29%	4,89%	4,52%	4,52%	6,67%							
Trabajo/negocios	2,24%	1,13%	3,56%	3,62%	0,00%	5,00%							
Excursiones, visitas...	13,65%	15,04%	12,00%	12,22%	13,39%	16,67%							
Estudios	1,22%	0,75%	1,78%	0,00%	0,89%	1,67%							
ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE													
Coche propio	40,45%	68,16%	7,56%	39,37%	33,93%	53,33%							
Coche alquilado	11,79%	3,75%	21,33%	12,67%	16,07%	5,00%							
Avión regular	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%							
Autobús regular	13,41%	9,36%	18,22%	10,86%	14,29%	8,33%							
Autobús discrecional	2,24%	0,37%	4,44%	1,81%	3,57%	3,33%							
Moto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%							
Tren	32,11%	18,35%	48,44%	35,29%	32,14%	30,00%							
CÓMO ELIGIÓ DESTINO													
Recomendación agencia viajes	4,28%	1,88%	7,11%	5,43%	7,08%	1,69%							
Recomend. amigos o familiares	15,68%	13,53%	18,22%	15,84%	10,62%	8,47%							
Cultura general	27,70%	30,83%	24,00%	30,32%	27,43%	40,68%							
Iniciativa propia	36,46%	42,48%	29,33%	33,03%	31,86%	38,98%							
Experiencia propia	4,28%	5,26%	3,11%	3,17%	5,31%	5,08%							
Folletos turísticos	2,24%	0,75%	4,00%	3,17%	3,54%	0,00%							
Oferta o folleto tour operador	1,63%	0,38%	3,11%	3,17%	0,88%	0,00%							
Publicidad o información MCS	1,83%	0,75%	3,11%	1,36%	4,42%	0,00%							
Clubes o asociaciones	2,04%	1,50%	2,67%	1,36%	3,54%	3,39%							
Internet	3,87%	2,63%	5,33%	3,17%	5,31%	1,69%							
ACTIVIDADES QUE REALIZA													
Compras	5,81%	4,18%	7,56%	6,67%	4,67%	8,09%							
Espectáculos, teatros...	1,79%	0,84%	2,81%	2,48%	1,25%	0,00%							
Pasear	23,40%	25,07%	21,63%	22,48%	25,55%	25,73%							
Descansar	9,12%	8,78%	9,48%	10,23%	10,28%	4,41%							
Visitar amigos / familia	5,74%	8,91%	2,37%	2,01%	2,18%	5,15%							
Trabajo	1,01%	0,56%	1,48%	1,55%	0,00%	2,94%							
Gastronomía	15,29%	13,93%	16,74%	17,83%	14,64%	16,91%							
Deportes	0,07%	0,00%	0,15%	0,15%	0,00%	0,00%							
Diversión (discotecas, pubs...)	6,25%	5,99%	6,52%	4,19%	8,10%	0,74%							
Visitas culturales	31,52%	31,76%	31,26%	32,40%	33,33%	36,03%							
DATOS ECONÓMICOS													
PRESUPUESTO VIAJE													
Total	822,0	403,8	1320,16	907,0	946,31	607,92							
Diario	96,7	68,43	130,37	109,38	107,75	69,82							
GASTO MEDIO DIARIO													
Dato Media	64,73	56,35	74,71	75,76	68,36	43,02							
NIVEL DE RENTA													
Alta	48,07%	44,78%	52,00%	53,85%	46,90%	46,67%							
Media	36,92%	37,31%	36,44%	33,94%	34,51%	40,00%							
Baja	15,01%	17,91%	11,56%	12,22%	18,58%	13,33%							
OPINIONES: LO MEJOR Y LO PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES													
	Información/Señalización	Precios	Carreteras/Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Actividades Culturales	Hospitalidad/Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación de la Ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	71,89%	70,82%	82,04%	81,09%	87,72%	84,92%	89,96%	81,82%	85,66%	69,72%	73,05%	48,85%	30,00%
Regular	21,18%	25,71%	16,12%	17,91%	10,99%	13,92%	9,22%	13,64%	12,30%	24,59%	24,28%	38,55%	37,00%
Mal	6,92%	3,47%	1,84%	1,00%	1,29%	1,16%	0,82%	4,55%	2,05%	5,69%	2,67%	12,60%	33,00%

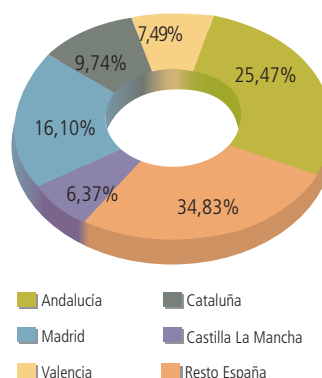
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

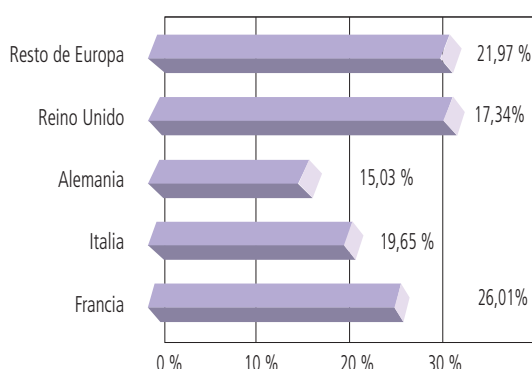
General



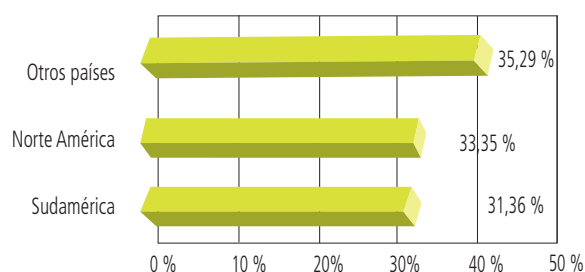
Españoles



Europeos



Resto del mundo



La Encuesta de Coyuntura a la Demanda recoge el grueso de datos del tercer trimestre de 2007, presentados temáticamente en cuatro grandes capítulos.

El primero es el relativo a las características de los turistas que nos visitan.

Considerando los datos de edad, nuevamente se pone de manifiesto la abultada presencia de jóvenes o de personas de mediana edad, pues casi el 57% están comprendidos entre los 19 y 44 años. Esta es una de las fortalezas de nuestro modelo turístico, pues los más jóvenes aseguran la sostenibilidad y recurrencias futuras, y los de mayor edad la aportación económica derivada de su plenitud laboral. El turismo de mayor edad alcanza unas tasas medias de casi el 7%, cuando hace un año se cifraba en el 1,4%, lo cual está muy relacionado con el incremento del turismo extranjero y la recuperación de la ciudad como lugar de destino cómodo y apacible, demandado nuevamente por unos segmentos que se habían retraído.

Naturalmente, se mantienen las diferencias de edad en los distintos grupos de establecimientos hoteleros, particularmente las que derivan de la correlación existente entre edad, disponibilidad económica y demanda de confort. Así, los hoteles de superior categoría concentran una proporción de personas de mayor edad superior a la que le corresponde por el total de turistas. Los más jóvenes pernoctan en el resto de los establecimientos, y quienes no duermen en Córdoba son los grupos centrales de edad, integrados por personas de mayor movilidad y grado de autonomía en los desplazamientos. Respecto a estos últimos, los denominados

excursionistas, apreciamos que su número ha disminuido considerablemente, pues suponen el 12% de los visitantes, cuando el año anterior ascendían al 18%.

Las estancias de una o dos noches han aumentado en todos los tipos de turistas y alojamientos, sin duda a consecuencia de la disminución de los excursionistas, que se han integrado en la modalidad de hospedaje de estancia corta. Las estancias de mayor duración, aunque menores de una semana, se mantienen en su proporción habitual, cercana al 25%, mientras que las de duración superior a siete días son puramente ocasionales y sin relevancia estadística.

De acuerdo con lo expuesto hasta ahora, apreciamos que se va configurando un modelo turístico que avanza desde el turismo de paso al de estancia corta, y que hemos de hacer evolucionar a estancia media diversificando la oferta, integrando territorialmente el turismo de la capital y de la provincia, etc., y aprovechando la nueva centralidad que adquirirá Córdoba en los nuevos sistemas de transporte (alta velocidad a Málaga y ampliación del aeropuerto).

Por tipo de hospedaje, los establecimientos más concurridos son los hoteles de tres o de cuatro estrellas, que concentran más de la mitad de los turistas. Los hoteles de menor categoría están equiparados con las pensiones, mientras que las casas de amigos y de familiares son lugar de alojamiento para el 12% de los encuestados.

El segundo gran conjunto de datos que nos aporta la Encuesta es el relativo a la descripción de la demanda.

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

Por lugar de residencia, ya hemos destacado el importante incremento de los turistas extranjeros en Córdoba durante el trimestre de referencia. Según nuestros datos, procedentes del trabajo de campo y de la encuesta directa, turistas españoles y extranjeros casi se hallan igualados, aunque aún con un leve predominio de los primeros (54%).

Sin reparar en una u otra dimensión aritmética del hecho, lo cierto y realmente importante es el aumento de los extranjeros hasta unas cotas desconocidas desde hace años, que es continuación y exponente de la evolución constatada en observaciones precedentes. En realidad, el aumento del turismo extraeuropeo (10,55%) es el responsable del incremento general de los flujos internacionales, al recuperar el significado estadístico que tuvo anteriormente y que ha de interpretarse como una de las renovadas fortalezas del turismo cordobés.

El medio de transporte más utilizado para venir a Córdoba es el coche propio, sobre todo por parte de los turistas españoles. Casi el 70% de los encuestados así lo declara, mientras que los extranjeros por razón de distancia desde el lugar de residencia, sólo lo utilizan en el 7,5% de los casos, usando en mucho mayor grado el tren (48,4%) y el coche de alquiler.

Entre las motivaciones para la elección de Córdoba como destino de viaje, se aprecia la escasa influencia de las recomendaciones de las agencias de viaje y de los folletos turísticos, y, en sentido contrario, la percepción cultural, la iniciativa personal y las recomendaciones de amigos y familiares, las cuales tienen mucho que ver con la experiencia positiva o grado de satisfacción de los mismos cuando ellos nos visitaron con anterioridad.

El tercer conjunto de datos que recoge la Encuesta es de naturaleza económica.

El presupuesto total del viaje se estima, en promedio, en 822 euros (404 para los españoles y 1.320 para los extranjeros), percibiéndose en relación a las mismas fechas del año 2006 un aumento superior al 11%, que es mucho mayor para los extranjeros que para los españoles.

Como tal incremento no se corresponde con un aumento significativo de la duración de las estancias, deducimos que el mismo no es expresivo de una mayor capacidad de gasto o adquisitiva, sino del aumento de los precios o de los costes del viaje. Ello se corrobora con los datos de gasto diario, que se estiman por término medio en 65 euros (56 euros los españoles y 75 los extranjeros).

Lo antedicho, igualmente, se reafirma con la apreciación sobre el nivel de renta que declaran poseer los encuestados, el cual tiende a igualarse entre españoles y extranjeros. Así el 48% se declara titular de rentas altas, el 37% de renta media y 15% de renta baja.

Y, en lo que se refiere a la valoración por parte de los turistas de distintos elementos que convergen en la oferta turística, lo más destacado es y sigue siendo el alto grado de satisfacción, que en su dimensión cuantitativa se sitúa por encima del 70%, con numerosas cimas por encima del 80%

(comunicaciones, alojamiento, gastronomía, oferta cultural, hospitalidad, seguridad, etc.) que confieren al turismo cordobés un calificativo de excelencia que es fundamental para la sostenibilidad de la actividad. El negativo de las apreciaciones continúan ofreciéndolo los capítulos de tráfico y aparcamiento, consecuencia lógica de la escasez de plazas de aparcamiento y de la intensidad puntual de la demanda, realzada por la elevada concurrencia de turistas con coche y por su presencia mayoritaria en fiestas y fines de semana.

La procedencia constituye el último aspecto a tratar de la descripción de la demanda.

Los datos aportados por la encuesta muestran la tendencia al equilibrio entre españoles y extranjeros (54% y 46% respectivamente).

Entre los primeros, las Comunidades Autónomas más presentes en Córdoba son: Andalucía, Madrid y Cataluña. Si desagregamos el colectivo extranjero en función de su origen, los europeos representan el 35% del total, con una participación distribuida prácticamente entre franceses, italianos, británicos y alemanes; mientras que los turistas procedentes de otros países del mundo suponen el 10,55% restante, con un peso muy similar los venidos de Norteamérica o Sudamérica.



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

VISITANTES DE LOS PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS											
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA		MEZQUITA - CATEDRAL			
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06		
JULIO	16.634	25,81%	JULIO	8.982	3,80%	JULIO	27.000	27,18%	JULIO	75.871	2,10%
AGOSTO	25.145	-7,03%	AGOSTO	16.499	-3,21%	AGOSTO	36.800	18,98%	AGOSTO	118.539	5,46%
SEPTIEMBRE	23.569	-8,03%	SEPTIEMBRE	14.460	2,54%	SEPTIEMBRE	41.050	-1,11%	SEPTIEMBRE	103.927	-1,27%
TOTAL TRIM.	65.348	-0,83%	TOTAL TRIM.	39.941	0,35%	TOTAL TRIM.	104.850	11,94%	TOTAL TRIM.	298.337	2,18%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLOGICO			
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06		
JULIO	806	--	JULIO	cerrado	--	JULIO	1.989	13,79%	JULIO	2.986	2,75%
AGOSTO	2.117	-21,51%	AGOSTO	cerrado	--	AGOSTO	3.449	11,04%	AGOSTO	3.840	-9,48%
SEPTIEMBRE	1.816	-39,12%	SEPTIEMBRE	cerrado	--	SEPTIEMBRE	4.093	1,11%	SEPTIEMBRE	3.671	-24,84%
TOTAL TRIM.	4.739	-48,39%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	9.531	7,07%	TOTAL TRIM.	10.497	-12,76%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA		MUSEO DIOCESANO			
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06		
JULIO	2.913	16,47%	JULIO	2.625	26,38%	JULIO	2.223	13,25%	JULIO	cerrado	--
AGOSTO	5.085	1,74%	AGOSTO	5.652	61,76%	AGOSTO	707	-73,69%	AGOSTO	cerrado	--
SEPTIEMBRE	5.390	9,24%	SEPTIEMBRE	1.904	-36,19%	SEPTIEMBRE	1.211	-67,72%	SEPTIEMBRE	cerrado	--
TOTAL TRIM.	13.388	7,68%	TOTAL TRIM.	10.181	19,01%	TOTAL TRIM.	4.141	-50,71%	TOTAL TRIM.	--	--
BAÑOS CALIFALES			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES					
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06				
JULIO	2.602	--	JULIO	2.256	-5,84%	JULIO	146.887	10,49%			
AGOSTO	3.978	--	AGOSTO	3.847	13,11%	AGOSTO	225.658	6,42%			
SEPTIEMBRE	3.860	--	SEPTIEMBRE	3.856	17,45%	SEPTIEMBRE	208.807	-2,14%			
TOTAL TRIM.	10.440	--	TOTAL TRIM.	9.959	9,68%	TOTAL TRIM.	581.352	4,12%			

Durante los meses estivales Córdoba, debido a su emplazamiento geográfico y a las condiciones climatológicas propias de estas fechas, presenta una posición de desventajas frente a otras zonas turísticas de la geografía andaluza. La demanda de turismo de ocio y descanso, vinculada normalmente a destinos de sol y playa, goza de más adeptos que la oferta cultural, que se convierte en estos periodos en una tipología turística de menor atractivo o en muchos casos complementaria a las anteriores.

No obstante, la capital cordobesa está sabiendo hacerse de un importante hueco en este contexto, explotando paralelamente y a la perfección su papel de destino complementario. Los indicadores turísticos analizados a lo largo del boletín dan perfecta cuenta del buen momento turístico de que es testigo nuestra ciudad, y las visitas a los monumentos y museos de la ciudad así lo manifiestan.

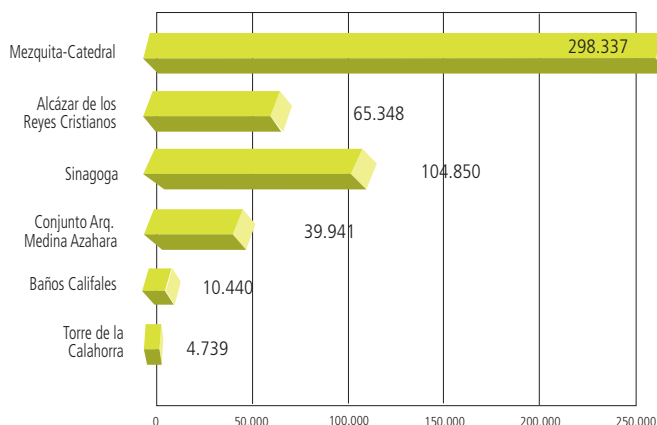
El cómputo conjunto de monumentos y museos se ha saldado en este tercer trimestre del año con 581.352 visitas, es decir,

un 4,12% más que las registradas en el mismo trimestre del 2006. El 90% de las visitas se han producido entre los primeros (523.655 visitantes), mientras que los museos acaparan el 10% restante (57.697 personas).

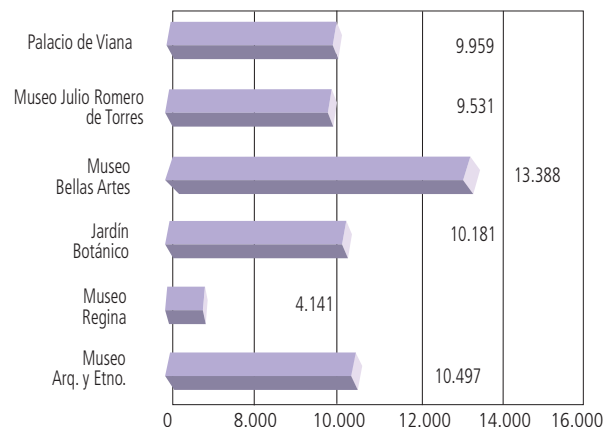
El análisis mensual advierte el protagonismo de Agosto en lo que a afluencia se refiere (225.658 entradas), aunque el mayor crecimiento lo ha experimentado Julio (10,49%), que tradicionalmente suele ser el mes estival con menor volumen de turistas; por el contrario, Septiembre rompe la tendencia alcista al sufrir un descenso en su registro del 2,14%.

La clasificación por tipología de centro cultural muestra el incremento de visitantes experimentado por los monumentos (4,95%), con dos protagonistas principales: Jardín Botánico y Sinagoga (19% y 11,94% respectivamente). Sin embargo, los museos no han podido contagiarse de la vitalidad de los anteriores, sufriendo una descenso en sus visitas del 2,87%, del cual el Museo Regina ha tenido mucho que ver.

Visitas a Monumentos



Visitas a Museos



DEMANDA HOTELERA

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2007	var/06	2007	var/06
JULIO	54.294	1,58 %	83.942	4,87 %
AGOSTO	69.664	22,04 %	115.690	24,26 %
SEPTIEMBRE	74.865	13,25 %	116.755	14,65 %
TOTAL TRIM.	198.823	12,56 %	316.387	15,06 %

Fuente: INE

Los datos de demanda hotelera indican que nos encontramos ante un trimestre que se puede y debe calificar de excelente, sin duda el mejor de lo que llevamos de año y uno de los más destacados desde los inicios del Observatorio Turístico.

A este hecho hay que añadir que las cifras corresponden a una temporada en la que otros destinos veraniegos restan protagonismo a ciudades con un carácter cultural tan marcado como el cordobés, lo que imprime un valor añadido a los resultados ahora presentados.

El Instituto Nacional de Estadística ha cifrado en 198.823 las personas alojadas en los establecimientos hoteleros de la ciudad, lo que en términos relativos se traduce en un incremento del 12,56% respecto a 2006. Las pernoctaciones hoteleras también muestran una muy notable evolución, creciendo a razón de un 15,06% y saldándose con 316.387 pernoctas. Esta variable está muy relacionada con la estancia

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2007	var/06	2007	var/06
JULIO	1,55	3,33 %	48,01 %	0,61 %
AGOSTO	1,66	1,84 %	65,66 %	14,19 %
SEPTIEMBRE	1,56	1,30 %	69,16 %	5,04 %
TOTAL TRIM.	1,59	2,22 %	60,94 %	6,88 %

Fuente: INE

media que, estimada en 1,59 noches, representa un aumento del 2,22%.

La desagregación mensual del trimestre revela que la mayor afluencia turística se registra en Septiembre aunque, en términos relativos y, como se puede observar en las tablas, Córdoba alcanza en Agosto su mayor esplendor.

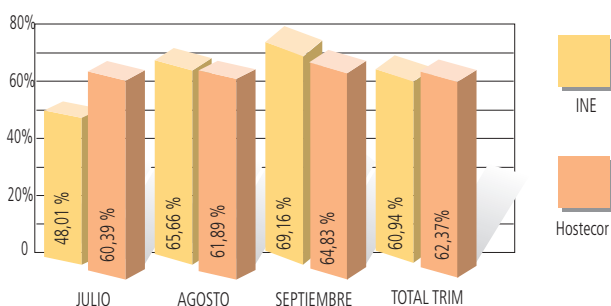
La ocupación hotelera ha sido situada por el INE en el 60,94%, lo que supone un incremento del 6,88% respecto a la obtenida en el mismo trimestre de 2006. Sin embargo, Hostecor, pese a presentar una cifra de ocupación parecida (62,37%), recoge un leve descenso respecto a los datos ofrecidos un año antes. Y es que, según esta fuente, todas las tipologías hoteleras, a excepción de los hoteles de dos estrellas, han visto descender algo sus niveles de ocupación.

Grado de ocupación (%)

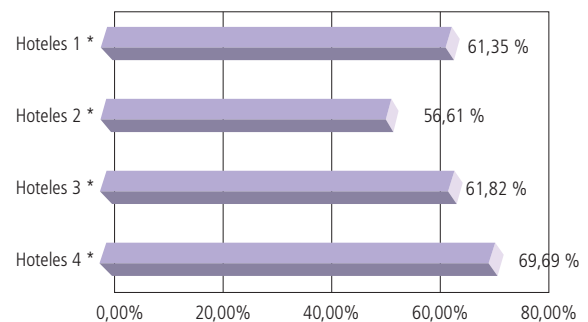
	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06
JULIO	60,39 %	0,78 %	67,15 %	0,86 %	62,10 %	0,98 %	51,85 %	0,33 %	60,45 %	-6,66 %
AGOSTO	61,89 %	3,29 %	67,45 %	3,13 %	60,50 %	-0,90 %	58,45 %	1,48 %	61,15 %	0,08 %
SEPTIEMBRE	64,83 %	-3,71 %	74,47 %	-8,65 %	62,85 %	-8,52 %	59,54 %	3,37 %	62,45 %	1,54 %
TOTAL TRIM.	62,37 %	-0,03 %	69,69 %	-2,07 %	61,82 %	-3,03 %	56,61 %	1,77%	61,35 %	-1,77 %

Fuente: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Coordina	Elabora	Colabora