

## AUMENTO DE LOS TURISTAS QUE PERNOCTAN EN LA CIUDAD DE CÓRDOBA

Los datos de la encuesta realizada por el Observatorio Turístico durante el cuarto trimestre del año 2002 evalúan en 150.664 el número de viajeros que nos han visitado.

En su dimensión absoluta la expresada cifra es concordante con las de igual naturaleza disponibles para los otros trimestres del año, en el sentido de que es inferior al de los trimestres centrales del año y superior al de los meses Enero-Marzo, lo cual viene a caracterizar al trimestre de referencia como de tránsito entre las estaciones baja y alta de nuestro turismo.

Desde una apreciación relativa, el dato de viajeros admite una doble valoración, según lo comparemos con el trimestre precedente o con el mismo del año anterior. En ambos casos advertimos una evolución negativa que puede considerarse dentro de una secuencia normal, pero que muestra su faz más preocupante en el retroceso de casi un 11% con relación al año anterior, máxime si consideramos que tal retracción no tiene equivalente en los casos español y andaluz.

Tal vez estemos bajo la influencia de factores de coyuntura negativa o bajo el efecto de otros relativos a la naturaleza de nuestro modelo turístico, a la excesiva dependencia del turismo extranjero, a los caracteres de nuestra oferta, etc. En todo caso interesa conocer en profundidad y valorar con el máximo rigor los datos disponibles y extraer las conclusiones pertinentes. Aunque es cierto que de los datos considerados se pueden sacar hipótesis y razonamientos tranquilizadores, se impone una reflexión crítica y no autocomplaciente, que redunde a favor de hacer de Córdoba una

potencia turística, no solo un destino.

Datos positivos son los referentes a pernoctaciones y ocupación hotelera. Respecto a las primeras, la cifra trimestral asciende a 225.551 y, aunque supone una cifra inferior al mismo período de 2001, lo destacable es que el porcentaje de disminución de pernoctaciones es inferior al de viajeros. Ello se traduce en el incremento de la estancia media en Córdoba, que, pese a no haber coincidencia entre los datos aportados por la Encuesta de Ocupación Hotelera y los propios del Observatorio, se sitúa en casi dos noches. Igualmente la ocupación hotelera recoge el dato favorable de que aún registrando un promedio del 62,27 %, ha experimentado un retroceso muy pequeño. Favorable es, asimismo, el dato que nos informa de la reducción del porcentaje de excursionistas, en beneficio de quienes pernoctan en Córdoba.

Otros datos de carácter general nos ilustran sobre la disminución del gasto medio diario, que ofrece los valores más bajos del año, y de las visitas a nuestros museos y monumentos. La valoración de Córdoba por parte de los turistas sigue siendo muy buena, pese a recibir de nuestros visitantes (españoles en su mayoría y extraeuropeos en mínimo grado), las calificaciones menos altas del año.

En conclusión, un trimestre de evolución negativa, que puede entenderse como normal dentro de las variaciones intraanuales de nuestro turismo, pero que ofrece aspectos y problemas dignos de consideración y a los cuales hay que hacer frente desde la reflexión conjunta y la adopción de medidas.

### EL TRIMESTRE EN CIFRAS

Viajeros (EOH)	Pernoctaciones (EOH)		Ocupación Hotelera		Estancia Media (EOH)	Estancia Media (propia)			
			INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES		
150.664	225.551		49,21 %	62,27 %	1,50 noches	1,96 noches	1,97 noches		
-10,93 %	-8,19 %		-8,60 %	-0,41 %	3,28 %				
Gasto Medio Diario	Visitas a Monumentos / Museos		Valoración de Córdoba		Procedencia de los turistas		Duración de la estancia		
	Monumentos	Museos	Bien	Mal	España	Resto Europa	Resto Mundo	Sin pernoctar	Hoteles
48,51 euros	434.945	43.803	69,12 %	25,66 %	51,29 %	39,11 %	9,59 %	Sin pernoctar	25,65 %
	2,43 %	-45,46 %	5,21 %					1 - 2 noches	57,20 %
								+3 noches	17,16 %

# ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

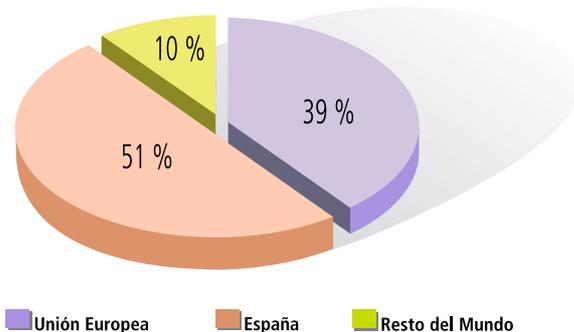
CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA												
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA						
PERFIL												
<b>EDAD</b>												
Menor de 18 años	2,59%	3,24%	1,90%	1,00%	2,61%	3,62%						
18 - 29 años	31,05%	29,14%	33,08%	13,93%	45,22%	31,16%						
30 - 39 años	22,55%	23,38%	21,67%	26,87%	27,83%	18,12%						
40 - 49 años	17,74%	18,71%	16,73%	24,38%	6,09%	19,57%						
50 - 59 años	15,16%	14,03%	16,35%	23,38%	5,22%	14,49%						
60 años y más	10,91%	11,51%	10,27%	10,45%	13,04%	13,04%						
<b>DURACIÓN ESTANCIA</b>												
Sin Pernoctación	25,65%	30,58%	20,45%	0,00%	0,00%	100,00%						
1 - 2 noches	57,20%	53,60%	60,98%	78,61%	84,35%	0,00%						
3 - 7 noches	14,39%	12,95%	15,91%	20,40%	15,65%	0,00%						
Más de 7 noches	2,77%	2,88%	2,65%	1,00%	0,00%	0,00%						
Media	1,96	1,88	2,03	2,06	1,81	--						
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>												
Hoteles 3 y 4 *	49,88%	45,60%	53,81%	--	--	--						
Hoteles 1 y 2 *	18,37%	17,62%	19,05%	--	--	--						
Pensión	10,17%	8,29%	11,90%	--	--	--						
Casa amigos o familiares	10,17%	15,54%	5,24%	--	--	--						
Resto	11,42%	12,96%	10,00%	--	--	--						
<b>EFFECTUÓ RESERVA</b>												
Sí	63,13%	52,01%	74,62%	89,55%	64,35%	41,30%						
No	36,87%	47,99%	25,38%	10,45%	35,65%	58,70%						
<b>TIPO DE RESERVA</b>												
Viaje organizado por agencia	35,00%	28,87%	39,39%	38,12%	27,03%	36,84%						
Alojamiento por agencia	29,41%	35,21%	25,25%	35,91%	24,32%	24,56%						
Alojamiento directamente	23,24%	28,87%	19,19%	20,44%	40,54%	5,26%						
Transporte por agencia	23,53%	11,97%	31,82%	20,44%	10,81%	42,11%						
Transporte directamente	12,06%	8,45%	14,65%	7,73%	22,97%	14,04%						
<b>DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA</b>												
<b>LUGAR DE RESIDENCIA</b>												
España	51,29%	--	--	43,78%	43,48%	61,15%						
Unión Europea	39,11%	--	--	43,78%	45,22%	30,22%						
Resto del mundo	9,59%	--	--	12,44%	11,30%	8,63%						
<b>GRUPO</b>												
Solo	16,08%	18,35%	13,69%	10,95%	13,04%	21,74%						
Pareja	42,70%	40,29%	45,25%	55,72%	40,87%	36,96%						
Familia	14,42%	16,55%	12,17%	14,93%	13,91%	13,77%						
Amigos	26,80%	24,82%	28,90%	18,41%	32,17%	27,54%						
<b>TIPO DE VIAJE</b>												
De ocio o descanso	81,23%	80,14%	82,38%	87,44%	87,83%	77,37%						
De incentivos o congresos	2,79%	3,97%	1,53%	2,01%	1,74%	1,46%						
De circuito	1,86%	0,72%	3,07%	2,51%	0,00%	2,92%						
Deportivo	0,37%	0,72%	0,00%	0,50%	0,00%	0,73%						
Salud	4,46%	3,25%	5,75%	0,00%	1,74%	4,38%						
Trabajo	7,06%	10,47%	3,45%	7,54%	3,48%	10,95%						
Estudios	2,23%	0,72%	3,83%	0,00%	5,22%	2,19%						
<b>ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE</b>												
Coche propio	39,00%	58,12%	18,18%	35,32%	33,00%	36,96%						
Coche alquilado	11,00%	0,72%	22,35%	16,42%	10,00%	10,87%						
Autobús regular	8,00%	5,05%	10,61%	0,50%	15,00%	10,14%						
Autobús discrecional	10,00%	10,11%	9,09%	7,46%	13,00%	13,04%						
Tren	33,00%	25,99%	39,77%	40,30%	29,00%	28,99%						
<b>CÓMO ELIGIÓ DESTINO</b>												
Recomendación agencia viajes	12,97%	7,75%	18,39%	22,11%	7,08%	11,03%						
Recomend. amigos o familiares	32,33%	28,41%	36,40%	25,63%	43,36%	29,41%						
Experiencia propia	23,87%	36,90%	10,34%	22,11%	15,93%	25,74%						
Folleto turístico	12,03%	6,64%	17,62%	11,06%	20,35%	12,50%						
Oferta o folleto touroperador	3,01%	1,48%	4,60%	5,03%	1,77%	2,21%						
Publicidad o información MCS	1,50%	1,11%	1,92%	2,01%	0,00%	2,94%						
Clubes o asociaciones	9,40%	14,39%	4,21%	7,54%	6,19%	12,50%						
Internet	4,89%	3,32%	6,51%	4,52%	5,31%	3,68%						
<b>MOTIVO DE LA VISITA</b>												
Precios	0,19%	0,00%	0,38%	0,00%	0,00%	0,00%						
Descansar	14,26%	18,05%	10,27%	21,89%	14,78%	5,84%						
Visita Monumentos	59,44%	50,90%	68,44%	71,14%	61,74%	51,82%						
Espectáculos / festivales	1,48%	2,17%	0,76%	1,49%	1,74%	1,46%						
Gastronomía	13,89%	12,27%	15,59%	20,40%	14,78%	7,30%						
Idiomas / cursos	15,56%	14,08%	17,11%	10,45%	13,04%	15,33%						
Conocer la ciudad	54,81%	46,21%	63,88%	57,51%	62,61%	50,36%						
Visitar amigos / familia	11,30%	19,13%	3,03%	2,49%	5,22%	12,41%						
Compras	2,41%	2,17%	2,66%	2,49%	1,74%	3,65%						
Sanitarios	0,37%	0,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%						
<b>DATOS ECONÓMICOS</b>												
<b>PRESUPUESTO VIAJE</b>												
Total	551,67	257,85	854,1	685,44	602,81	378,12						
Diario	68,34	57,51	79,62	81,45	66,03	62,34						
<b>GASTO MEDIO DIARIO</b>												
Dato Media	48,51	43,12	54,02	66,05	45,24	34,35						
<b>NIVEL DE RENTA</b>												
Alta	64,25%	50,36%	78,93%	74,75%	50,43%	60,87%						
Media	26,82%	36,23%	16,86%	22,73%	36,52%	28,26%						
Baja	8,94%	13,41%	4,21%	2,53%	13,04%	10,87%						
<b>OPINIONES: VALORACIÓN DE LOS VISITANTES</b>												
	Hospitalidad y trato	Alojamiento	Comida	Carreteras/comunicación	Seguridad ciudadana	Conservación de la ciudad	Limpieza	Actividades culturales	Zona comercial	Tráfico y aparcamiento	Información/señalización	Precios
Alta	91,16%	83,47%	90,13%	69,09%	64,69%	63,05%	61,44%	76,06%	68,80%	19,39%	76,96%	65,25%
Media	8,62%	16,27%	9,43%	26,71%	28,67%	33,61%	32,84%	23,00%	28,69%	47,09%	20,51%	33%
Baja	0,23%	0,27%	0,44%	4,19%	6,64%	3,34%	5,72%	0,94%	2,51%	33,52%	2,54%	2%

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

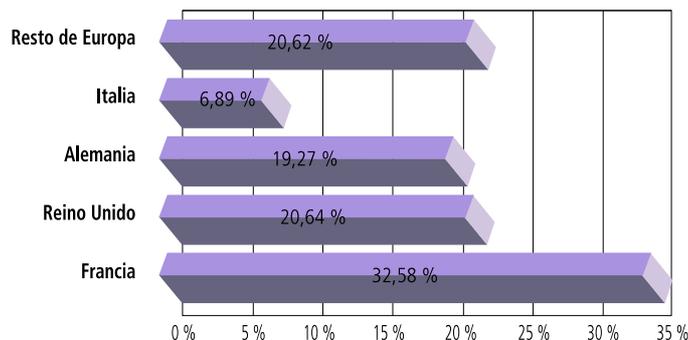
# ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

## PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

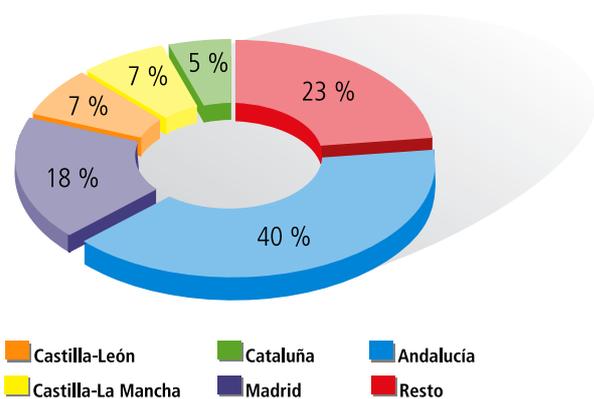
### General



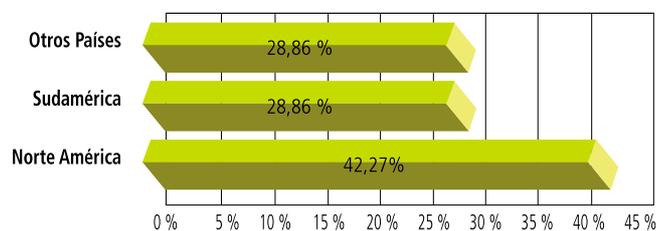
### Europeos



### Españoles



### Resto del mundo



La Encuesta de Coyuntura nos permite cerrar el ciclo anual de datos y contribuir a la definición de nuestro modelo turístico, caracterizado por la existencia de "submodelos" estacionales bien diferenciados. Desglosando los datos por epígrafes y procediendo a su comentario en el mismo orden que se ofrecen en la tabla, el primer aspecto a destacar es la concurrencia de un turismo de edad media superior al de los trimestres anteriores. Si bien más de la mitad de los visitantes tienen menos de cuarenta años, una cuarta parte -el 26 %- tiene sesenta o más (prácticamente en la misma proporción españoles y extranjeros). Este dato es muy importante a efectos de gestión y planificación, pues en relación con él está el tipo de establecimiento elegido para pernoctar, ya que existe una correlación directa entre el incremento de la edad y la categoría del hotel. Por ello nos explicamos que las cifras del cuarto trimestre registren los máximos porcentajes anuales de pernoctaciones en hoteles de tres y cuatro estrellas. La duración de la estancia es de dos noches, suponiendo esta cifra un valor intermedio entre la correspondiente al primer y segundo trimestre. El tipo de alojamiento predominante es el de establecimiento hotelero y, de nuevo, en este cuarto trimestre aparece un dato que lo hace coincidente con el primero, el cual nos indica que dos terceras partes efectúa reserva previamente al viaje, significadamente si son extranjeros (75 % de los encuestados). Entre españoles y extranjeros se observa la diferencia de que los primeros efectúan su reserva de alojamiento a través de agencias, y los segundos como un servicio incluido en el paquete de viaje organizado.

Respecto a los caracteres descriptivos de la demanda, el dato relativo al lugar de residencia ofrece dos constataciones de interés: la primera, que nos hallamos en unos meses de claro predominio del turismo nacional (51'3 % de los encuestados) y segunda, que los turistas extranjeros extra comunitarios representan una acusadísimo mínimo anual (9'6 % frente al 18'2, 19'4 y 16'4 de los trimestres anteriores), lo cual hay que relacionar con la fuerte disminución de los turistas norteamericanos. El hecho es de grandísima repercusión y debe ser considerado en orden a la búsqueda de mercados, diseño y orientación de las campañas publicitarias, adecuación de la oferta, etc. El tipo de establecimiento al que acceden es independiente de la categoría del hotel, a diferencia de lo acaecido en los otros trimestres, en los que se aprecia mayor inclinación de los españoles hacia los hoteles de cuatro estrellas.

Respecto a la modalidad, predomina el tipo de viaje en pareja, arrojando, asimismo, el trimestre un porcentaje alto de los que viajan en grupo de amigos. El motivo fundamental del viaje es ocio o descanso, siendo significativo en los últimos meses del año los que lo hacen por razón de trabajo, que en la encuesta alcanzan el máximo anual (7'1 %). El acceso a nuestra ciudad se realiza mayormente en coche propio, particularmente los turistas españoles, siendo muy de destacar la proporción creciente de quienes usan medios de transporte colectivo (autobús, tren). Los que lo hacen por ferrocarril alcanzan el récord de ser una tercera parte de los visitantes (el 26 % de los españoles y el 30 % de los extranjeros),

# ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

Lo cual es, sin duda, otro de los datos relevantes efectos de planificación y de evaluación de las campañas realizadas en este sentido. La elección de Córdoba como destino obedece a recomendaciones de amigos o familiares y a la experiencia propia. Ambas constataciones son fundamentales para nuestro propósitos, pues la decisión la han tomado basándose en el grado de satisfacción propio o de otros visitantes. Ello debe ser uno de los referentes de nuestra actuación, no sólo para la autocomplacencia en el buen hacer, sino, pensando en la rentabilidad que de ello se deriva. Los mismos datos también nos ilustran sobre las elevadas tasas de recurrencia de nuestros visitantes, que, dicho sea de paso, es uno de los ingredientes imprescindibles para la sostenibilidad del modelo y de la actividad.

En cuanto a datos económicos, el más general de ellos se refiere al presupuesto del viaje, que ofrece los valores más bajos del año, tanto en los turistas nacionales como en los extranjeros (256 y 854 euros respectivamente). Los presupuestos diarios representan una cifra intermedia en el conjunto de los datos anuales (48'5 euros de media), y vienen a ponernos de manifiesto la superioridad económica de los turistas que nos visitan en la primera mitad del año sobre los que lo hacen de Junio a Diciembre.

Ni que decir tiene que existe una correlación positiva entre el presupuesto, gasto y nivel del establecimiento elegido para alojarse. Y en lo que se refiere al nivel de renta declarado por los entrevistados, los porcentajes son similares a los de meses anteriores: dos terceras partes de renta alta (50 % de los españoles y 79% de los extranjeros), una cuarta parte declara renta media (36 % españoles y 17 % extranjeros) y menos de una décima parte de renta baja.

Respecto a la opinión de Córdoba y de la valoración que hacen de nuestra ciudad, destacan las muy elevadas calificaciones en hospitalidad, alojamiento, comida, carreteras y comunicaciones.

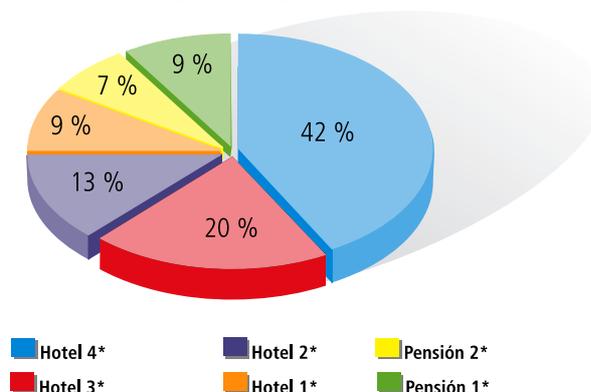
En los restantes capítulos, excepto aparcamiento y tráfico, las valoraciones son igualmente positivas, aunque se aprecia un leve retroceso cuya tendencia negativa conviene esforzarse en invertir.

## Oferta hotelera

	ESTABLECIMIENTOS		PLAZAS	
	4Tr. 02	var/01	4Tr. 02	var/01
Hotel 4*	10	0,00%	2.139	0,00%
Hotel 3*	8	14,29%	947	3,95%
Hotel 2*	13	8,33%	606	1,85%
Hotel 1*	6	0,00%	423	-7,84%
Pensión 2*	8	-11,11%	323	-7,89%
Pensión 1*	27	-12,90%	447	-12,01%
<b>TOTAL</b>	<b>72</b>	<b>-4,00%</b>	<b>4.785</b>	<b>-1,60%</b>

Fuente: Consejería de Turismo

## Cuota por plazas según categoría



A lo largo del año 2002 la oferta hotelera de Córdoba ha permanecido relativamente estable, sin cambios importantes que alteren su estructura pero con variaciones que indican la dinámica de los sectores integrantes. En términos absolutos, la oferta en hoteles ha disminuido en 147 plazas respecto a la existente a principios de año. No ha variado el número ni el tamaño de los hoteles de cuatro y dos estrellas; se ha incorporado uno de tres estrellas que aporta 36 plazas, y ha desaparecido uno de una estrella. Las pensiones han bajado de 40 a 35 y la disminución ha detráido 107 plazas de alojamiento.

La distribución de plazas por categorías sigue manteniendo unas proporciones de 2, 2 y 1 por establecimientos de categoría superior, media e inferior. En cuanto a número de establecimientos, la oferta hotelera manifiesta una dualidad digna de mención: el número de hoteles (37) es casi equivalente al de pensiones (37), lo cual es muy positivo en distintos órdenes de cosas, pues si las pensiones son un elemento importante para preservar la funcionalidad del casco histórico y un modelo de establecimiento imprescindible en el equipamiento turístico a efectos socioeconómicos, los hoteles, particularmente los de mayor capacidad y categoría, ofrecen uno de los rasgos mas interesantes de nuestra estructura hotelera. La oferta de restauración se eleva a casi 13.000 plazas, repartidas en 172 establecimientos. Estos han experimentado una importante reducción numérica desde principios de año, que ha sido mayor en establecimientos que en plazas, lo cual es expresivo de una tendencia a la desaparición de los más pequeños y de la búsqueda de un tamaño adecuado a los medios disponibles y a la rentabilidad pretendida.

## Oferta restauración

	ESTABLECIMIENTOS		PLAZAS	
	4Tr. 02	var/01	4Tr. 02	var/01
Rest. 2 ten.	39	5,41%	4.606	13,98%
Rest. 1 ten.	133	-12,50%	8.259	-13,61%
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>-8,99%</b>	<b>12.865</b>	<b>-5,41%</b>

Fuente: Consejería de Turismo

# PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

VISITANTES DE LOS PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS									
ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS			CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA			SINAGOGA			
	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00
OCTUBRE	33.591	-0,25%	3,03%	15.540	-12,63%	-8,07%	35.000	84,2%	--
NOVIEMBRE	26.608	-0,5%	17,8%	12.983	-20,6%	-4,8%	17.500	66,7%	--
DICIEMBRE	21.320	6,36%	-1,14%	11.555	-8,05%	1,63%	10.500	75,0%	--
TOTAL TRIM.	81.519	1,32%	6,21%	40.078	-14,17%	-4,37%	63.000	77,46%	--
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			
	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00
OCTUBRE	8.423	-14,5%	-8,1%	3.188	13,1%	-11,6%	Cerrado	--	--
NOVIEMBRE	5.514	-10,0%	7,5%	2.755	1,1%	17,8%	Cerrado	--	--
DICIEMBRE	5.411	-9,62%	-2,75%	2.150	-4,9%	-1,4%	Cerrado	--	--
TOTAL TRIM.	19.348	-11,91%	-2,56%	8.093	3,72%	-0,38%	Cerrado	--	--
MUSEO DE BELLAS ARTES			PARQUE ZOOLOGICO			JARDÍN BOTÁNICO			
	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00
OCTUBRE	4.804	-14,17%	-20,86%	Cerrado	--	--	4.006	106,4%	120,4%
NOVIEMBRE	4.009	-30,06%	-10,07%	Cerrado	--	--	3.431	-22,3%	41,4%
DICIEMBRE	2.916	-30,47%	-36,28%	Cerrado	--	--	6.623	4,8%	1,4%
TOTAL TRIM.	11.729	-24,44%	-22,35%	Cerrado	--	--	14.060	10,94%	30,51%
MEZQUITA-CATEDRAL			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO			TOTAL VISITANTES			
	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/00	VISITAS	%var/01	%var/01
OCTUBRE	110.000	-8,3%	-13,0%	3.392	-14,8%	-12,0%	217.944	-3,77%	2,46%
NOVIEMBRE	65.000	-5,8%	-11,9%	3.588	-9,3%	-9,2%	141.388	-11,06%	1,20%
DICIEMBRE	56.000	9,8%	-8,0%	2.941	27,6%	-7,6%	119.416	-0,05%	-4,44%
TOTAL TRIM.	231.000	-3,75%	-11,56%	9.921	-3,12%	-9,70%	478.748	-4,83%	0,28%

Dentro del amplio repertorio de lugares de interés turístico que integran nuestra oferta, el más concurrido es la Mezquita-Catedral. En el último trimestre ha recibido 231.000 visitantes, cifra que equivale, prácticamente, a la mitad de las visitas recibidas por nuestros monumentos y museos. En este sentido destaca la estabilidad que ofrece el citado monumento en su condición de receptora de turistas, pues durante todos los meses del año concentra un porcentaje que oscila entre el 45 y el 52 % de las visitas totales.

En orden de importancia numérica le siguen el Alcázar de los Reyes Cristianos (81.519 visitas) y la Sinagoga (63.000), con una gradación mensual descendente de Octubre a Diciembre que es compartida por los restantes monumentos y museos.

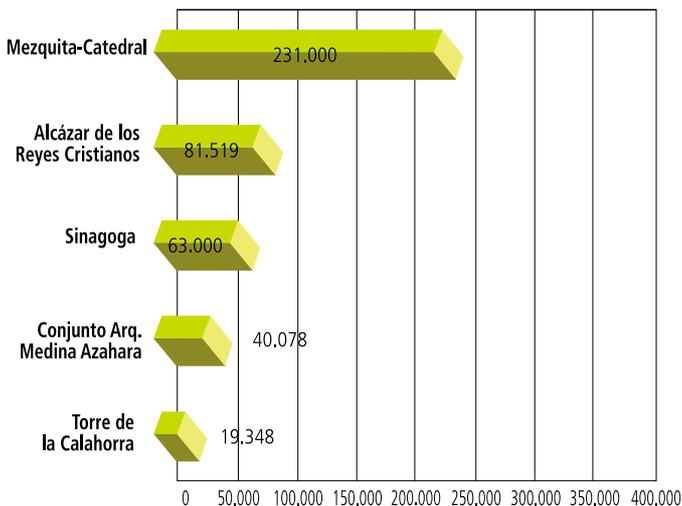
Lugar intermedio, aunque con cifras superiores a 10.000 visitantes trimestrales, que suponen un promedio de más de cien diarios, se sitúan la Torre de la Calahorra, el Jardín Botánico y el Museo de Bellas Artes. Los menos concurridos, excepción hecha del Museo Julio Romero de Torres que está cerrado por obras, son el Museo Arqueológico y el Taurino. En comparación con los mismo trimestres de los dos años anteriores se aprecia un importante descenso en el número de visitantes, salvo en el

Taurino, Alcázar y Jardín Botánico, que aumentan, este último en progresión constante y meritoria. El retroceso general es preocupante, pues expresa una merma en el interés cultural de los turistas en una ciudad cuya identidad turística es precisamente cultural.

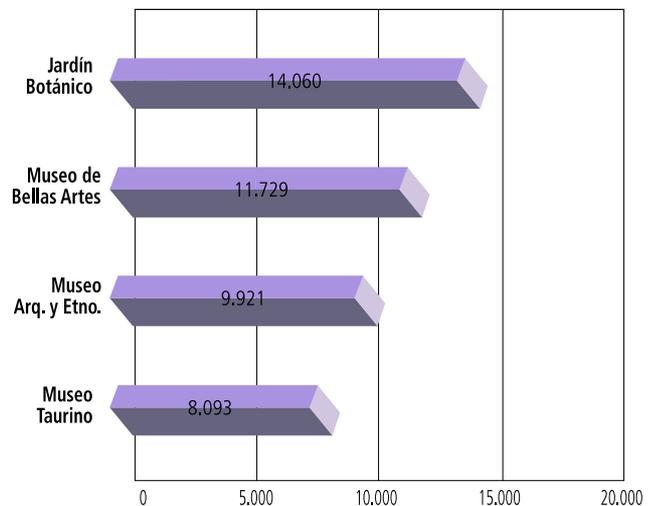
Sin embargo, examinados con detenimiento los datos que expresan la disminución y considerando la perspectiva que ya empieza a aportar el Observatorio, el hecho tiene otra lectura. Resulta que la disminución de las visitas a monumentos y museos es proporcional a la disminución del número de turistas, como se demuestra considerando la relación aritmética entre visitas y viajeros, que es de 3'2 para los trimestres primero y cuarto y de 3'7 para los trimestres segundo y tercero. Cuestión diferente son los fuertes descensos experimentados por museos y monumentos concretos, que evidencian un retroceso relacionado con los caracteres de la oferta, las nuevas pautas de la demanda, deficiencias de promoción, señalización, exclusión en guías o folletos, etc.

En definitiva, una situación que ofrece rasgos de permanencia y alteraciones sensibles en las que conviene reparar en pos de la solidez y coherencia de la oferta turística de Córdoba.

## Visitas a Monumentos



## Visitas a Museos



# DEMANDA HOTELERA

## Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS			PERNOCTACIONES		
	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00
Octubre	63.983	-7,80%	-18,33%	93.717	-6,72%	-10,12%
Noviembre	45.138	-16,41%	-7,97%	68.384	-12,42%	-0,58%
Diciembre	41.543	-9,19%	-0,52%	63.450	-5,47%	7,09%
<b>Total Trim.</b>	<b>150.664</b>	<b>-10,93%</b>	<b>-10,70%</b>	<b>225.551</b>	<b>-8,19%</b>	<b>-2,91%</b>

Fuente: INE

Los 150.664 viajeros a Córdoba estimados en el cuarto trimestre de 2002 han dado lugar a 225.551 pernoctaciones, distribuidas en sentido descendente de Octubre a Diciembre. La cifra trimestral representa un nivel intermedio entre la correspondiente al primer trimestre (mínimo anual de pernoctaciones) y las registradas en los trimestres segundo y tercero.

Comparativamente con los años 2000 y 2001 expresa un retroceso apreciable e igualmente con relación a los meses precedentes. Sin embargo de los datos correspondientes se deduce un aspecto positivo, cual es que las pernoctaciones han disminuido en menor proporción que los turistas, lo que revela que ha aumentado la duración de la estancia media. Ésta, según datos del INE y por primera vez en Córdoba, ha alcanzado la cifra de 1'5 noches, con un incremento del 8'7 % respecto al año 2000 y del 3'3 % respecto al 2001.

Un evolución similar ha seguido el grado de ocupación hotelera, según se aprecia

## Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA			OCUPACIÓN		
	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00
Octubre	1,46	0,69%	10,06%	59,93	-5,96%	-14,28%
Noviembre	1,52	4,83%	8,03%	45,25	-12,48%	-5,05%
Diciembre	1,53	4,08%	6,54%	41,20	-7,54%	4,05%
<b>Total Trim.</b>	<b>1,50</b>	<b>3,28%</b>	<b>8,73%</b>	<b>49,21</b>	<b>-8,60%</b>	<b>-6,78%</b>

Fuente: INE

en los datos, aunque en estos sigue habiendo diferencias de magnitud entre los aportados por el INE y Hostecor, éstos mucho más fiables. El mes de máxima ocupación fue Septiembre, mes que concentra el segundo máximo del año tras Abril y Mayo, y el de menor Diciembre, que junto con Enero conforman un mínimo aún más acusado que el de Julio-Agosto.

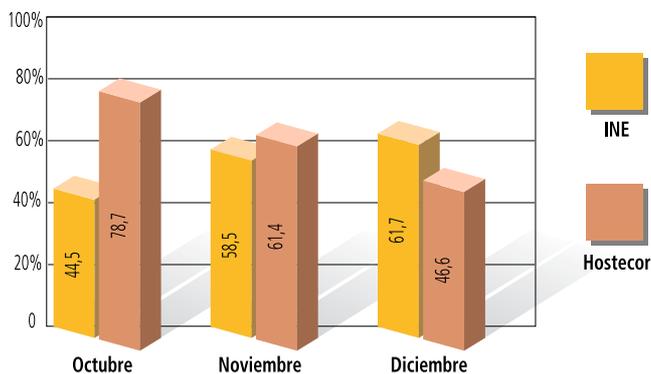
Por categorías de establecimientos, los mayores porcentajes de ocupación corresponden a hoteles de cuatro estrellas (66'22 % de promedio trimestral) y a los de una (63'14 %), siendo éstos últimos los que han experimentado mayor tasa de crecimiento en los años precedentes. El comportamiento de los establecimientos de tres y dos estrellas ha sido variable y ha padecido las irregularidades de una demanda dual, polarizada en los dos extremos de la categoría, que en un caso rinden confort y en el otro precios asequibles.

## Grado de ocupación (%)

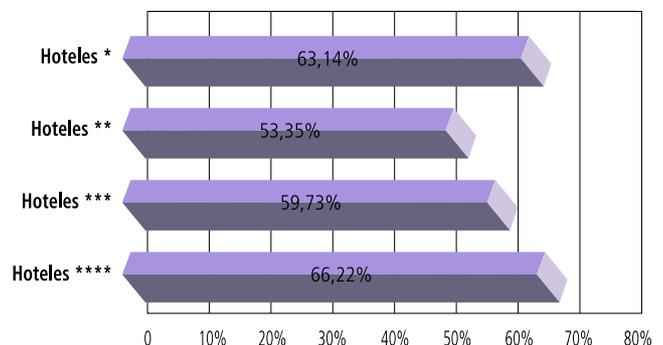
	Total Hoteles			Hoteles ****			Hoteles ***			Hoteles **			Hoteles *		
	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00	2002	var/01	var/00
Octubre	78,73	-1,64%	1,24%	83,68	3,32%	-1,32%	76,20	-0,73%	0,79%	69,91	-12,22%	5,62%	73,20	-12,34%	15,28%
Noviembre	61,46	1,39%	4,91%	64,40	-5,32%	-6,01%	59,50	2,23%	15,44%	49,81	-3,45%	9,04%	68,40	66,83%	60,94%
Diciembre	46,62	-0,62%	-1,41%	50,57	4,51%	-9,36%	43,50	-0,53%	6,05%	37,34	-19,94%	10,64%	47,83	1,77%	26,07%
<b>Total Trim.</b>	<b>62,27</b>	<b>-0,41%</b>	<b>1,73%</b>	<b>66,22</b>	<b>0,63%</b>	<b>-5,00%</b>	<b>59,73</b>	<b>0,29%</b>	<b>6,57%</b>	<b>52,35</b>	<b>-11,69%</b>	<b>7,68%</b>	<b>63,14</b>	<b>10,45%</b>	<b>31,60%</b>

Fuente: HOSTECOR

## Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



## Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Elabora	Colabora