

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA

4º Trimestre 2004
BOLETÍN Nº 12

AUMENTO DE TURISTAS Y PERNOCTACIONES

Los datos recogidos por el Observatorio Turístico estiman en 170.090 los visitantes que han acudido a Córdoba en el cuarto trimestre de 2004, lo cual supone una cifra francamente positiva.

En comparación con el mismo trimestre del año anterior, expresa un aumento del 8,4% en el número de turistas, que puede considerarse una magnitud elevada y sin precedentes. Respecto al trimestre inmediatamente anterior, la expresada cifra de visitantes también muestra una realidad muy positiva, si consideramos que el cuarto trimestre es la temporada baja por antonomasia del turismo cordobés y que el esperado decremento de turistas del tercer al cuarto trimestre ha sido solamente del 2,5% en el año 2004, mientras que en el año 2003 fue del 6,7%.

Ambas consideraciones nos ilustran sobre un cambio de tendencia en la evolución general de la cifra de visitantes, que da signos de recuperación tras el ajuste de los modelos turísticos surgidos en los últimos años.

Datos igualmente muy favorables son los relativos a las pernoctaciones, ocupación hotelera y estancia media.

Las pernoctaciones han alcanzado la cifra de 262.154, experimentando un crecimiento del 12,5%, que es muy importante por representar un aumento intertrimestral hasta ahora nunca conseguido, como por suponer una proporción de crecimiento bastante superior a la experimentada por la propia cifra de visitantes. Las repercusiones de este hecho son evidentes en el aumento de la ocupación hotelera y la estancia media. Respecto a esta última, los datos del Observatorio la cuantifican en 3,8 noches, que suponen una apreciable mejora en relación a los meses precedentes.

Aspectos menos favorables se deducen del análisis de otros conjuntos de datos aportados por las encuestas. El primero es el relativo al gasto medio diario, cifrado en 51,36 Euros, que representan una modesta cantidad, equivalente sólo al 80% de la registrada en el trimestre del año anterior. Es evidente la menor disponibilidad de gasto del turismo que nos visita ahora y palpables las repercusiones que ello conlleva.

Los datos relativos a visitas a monumentos y museos tampoco han sido muy optimistas, aunque no deben sorprendernos en el contexto de las demandas y pautas de comportamiento actuales de los visitantes, si bien, para Córdoba es fundamental invertir la tendencia, habida cuenta de nuestro marbete de destino cultural y de su condición de soporte de nuestros proyectos de capitalidad cultural europea. A buen seguro que la tarjeta turística, feliz y afortunadamente recién lograda, será un instrumento que coadyuve al propósito de propiciar el acceso a monumentos y museos.

La valoración de la ciudad por nuestros visitantes sigue siendo muy buena, lo cual es un excelente activo y base de recurrencia para visitas futuras.

Y en lo que respecta a la geografía de procedencia de nuestros turistas, los datos del INE demuestran que el 65% de nuestros visitantes son españoles y el 35% extranjeros.

En conclusión, un trimestre extraordinariamente novedoso, en el que alcanzan luz como aspectos muy positivos el aumento de los visitantes, pernoctaciones y estancia media.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

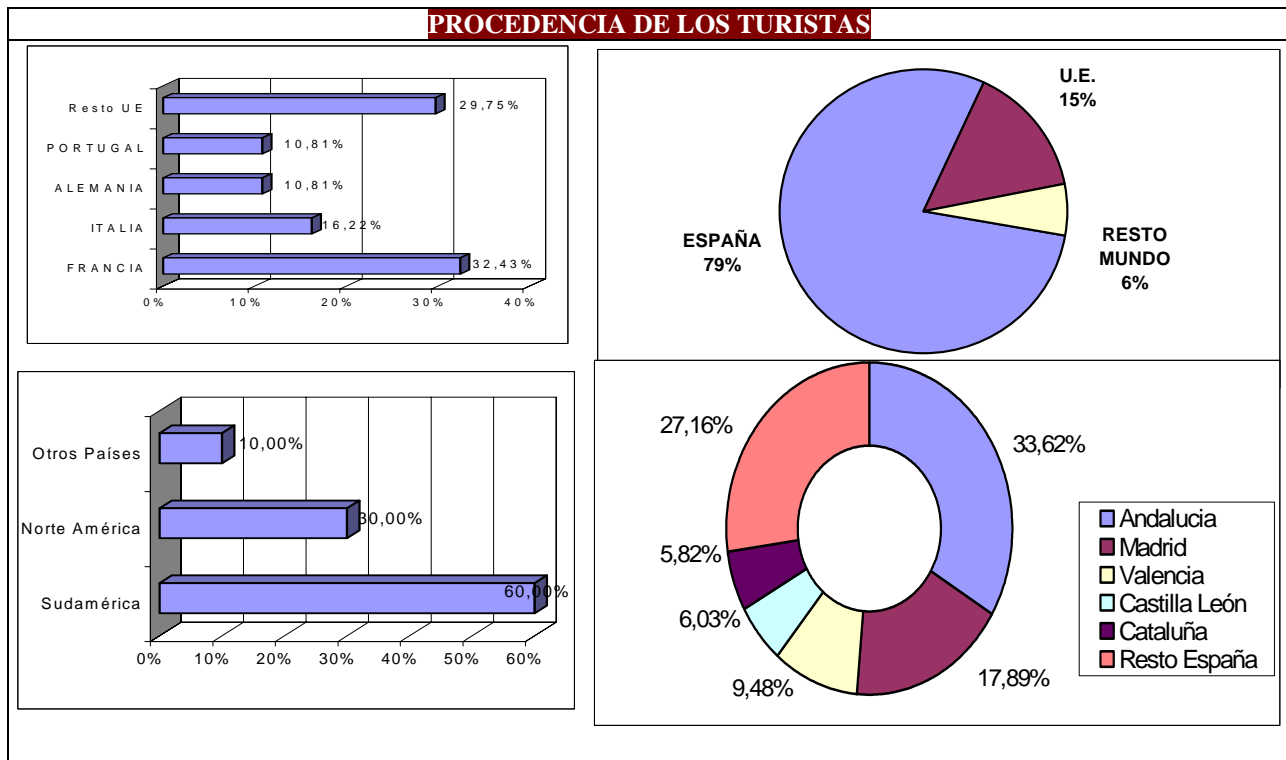
VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)	ESTANCIA MEDIA (propia)				
	INE	HOSTECOR	INE	HOSTECOR		TOTAL	HOTELES			
170.090 8,36%	262.154 12,53%	49,33%	58,88%	7,42%	4,75%	1,54 noches 3,85%	3,08 2,31 noches			
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMET. / MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA (INE)		DURACIÓN ESTANCIA			
51,36 €	MONUMENTOS 407.695 -7,81%	MUSEOS 75.736 -1,08%	BIEN 74,17%	REGULAR 23,94%	MAL 1,89%	España 64,42%	Extranjero 34,58%	Sin Pernocta 13,44%	1 - 2 noches 50,29%	+ 3 noches 36,28%

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 18 años	1,15%	1,29%	0,00%	1,04%	0,00%	0,00%
18 - 29 años	33,08%	33,62%	28,57%	11,46%	40,87%	32,86%
30 - 39 años	34,81%	35,13%	32,14%	44,27%	32,17%	34,29%
40 - 49 años	18,27%	18,10%	19,64%	26,56%	13,91%	21,43%
50 - 59 años	8,27%	7,54%	14,29%	11,46%	9,57%	5,71%
60 años y más	4,42%	4,31%	5,36%	5,21%	3,48%	5,71%
DURACIÓN ESTANCIA						
Sin Pernoctación	13,44%	14,66%	3,51%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	50,29%	51,08%	43,86%	61,46%	71,55%	0,00%
3 - 7 noches	34,74%	33,41%	45,61%	38,54%	28,45%	0,00%
Más de 7 noches	1,54%	0,86%	7,01%	0,00%	0,00%	0,00%
Media	3,08	2,26	3,77	2,50	2,12	
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	42,57%	43,18%	38,18%	--	--	--
Hoteles 1 y 2 *	16,19%	15,40%	21,82%	--	--	--
Pensión	9,53%	9,34%	10,91%	--	--	--
Casa amigos o familiares	25,28%	26,52%	16,36%	--	--	--
Resto	6,43%	5,56%	12,73%	--	--	--
EFFECTUÓ RESERVA						
Sí	53,74%	51,51%	71,93%	88,02%	50,00%	27,14%
No	46,26%	48,49%	28,07%	11,98%	50,00%	72,86%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	14,64%	10,88%	36,59%	17,75%	10,34%	15,79%
Alojamiento por agencia	38,93%	43,93%	9,76%	56,21%	17,24%	21,05%
Alojamiento directamente	31,43%	32,64%	24,39%	24,85%	63,79%	5,26%
Transporte por agencia	11,07%	8,79%	24,39%	6,51%	10,34%	31,58%
Transporte directamente	12,86%	10,46%	26,83%	4,14%	10,34%	26,32%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	79,06%	100,00%	0,00%	79,06%	74,48%	97,14%
Unión Europea	15,10%	0,00%	64,91%	14,77%	19,34%	0,00%
Resto del mundo	5,84%	0,00%	35,09%	6,17%	6,17%	2,86%
GRUPO						
Solo	19,04%	18,57%	22,81%	9,42%	8,62%	17,14%
Pareja	47,50%	47,95%	43,86%	58,64%	60,34%	41,43%
Familia	17,50%	17,71%	15,79%	20,42%	17,24%	10,00%
Amigos	15,96%	15,77%	17,54%	11,52%	13,79%	31,43%
TIPO DE VIAJE						
De ocio o descanso	94,42%	94,38%	94,74%	93,23%	99,14%	82,61%
De incentivos o congresos	0,38%	0,43%	0,00%	0,52%	0,86%	0,00%
De circuito	0,77%	0,86%	0,00%	1,04%	0,00%	2,90%
Deportivo	0,58%	0,65%	0,00%	0,00%	0,00%	4,35%
Salud	0,77%	0,43%	3,51%	0,52%	0,00%	1,45%
Trabajo	2,88%	3,24%	0,00%	4,69%	0,00%	8,70%
Estudios	0,19%	0,00%	1,75%	0,00%	0,00%	0,00%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE						
Coche propio	62,19%	68,32%	12,28%	67,19%	69,83%	55,71%
Coche alquilado	2,88%	1,08%	17,54%	3,65%	4,31%	1,43%
Autobús regular	4,41%	3,23%	14,04%	1,56%	5,17%	5,71%
Autobús discrecional	3,65%	3,45%	5,26%	3,13%	0,86%	14,29%
Tren	26,87%	23,92%	50,88%	24,48%	19,83%	22,86%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia via	4,84%	3,74%	14,89%	7,65%	5,77%	3,17%
Recomend. amigos o familia	58,53%	58,41%	59,57%	52,94%	69,23%	55,56%
Experiencia propia	28,84%	31,07%	8,51%	30,00%	17,31%	30,16%
Folleto turísticos	2,11%	1,40%	8,51%	1,76%	5,77%	0,00%
Oferta o folleto touroperador	0,63%	0,23%	4,26%	1,18%	0,00%	0,00%
Publicidad o información MCO	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Clubes o asociaciones	3,79%	3,97%	2,13%	4,12%	0,96%	11,11%
Internet	1,26%	1,17%	2,13%	2,35%	0,96%	0,00%
MOTIVO DE LA VISITA						
Precios	0,59%	0,66%	0,00%	0,53%	0,87%	0,00%
Descansar	31,84%	33,11%	21,43%	37,89%	35,65%	5,88%
Visita Monumentos	62,70%	59,65%	87,50%	74,21%	53,91%	48,53%
Espectáculos / festivales	3,13%	3,29%	1,79%	2,11%	1,74%	4,41%
Gastronomía	8,40%	6,58%	23,21%	13,16%	9,57%	2,94%
Idiomas / cursos	2,34%	0,88%	14,29%	1,58%	0,87%	2,94%
Conocer la ciudad	48,05%	47,37%	53,57%	57,89%	60,87%	42,65%
Visitar amigos / familia	34,38%	35,75%	23,21%	15,79%	21,74%	23,53%
Compras	1,95%	2,19%	0,00%	1,05%	0,87%	2,94%
Sanitarios	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	331,94	218,80	1247,01	353,84	323,52	132,25
Diario	63,06	57,20	110,49	71,12	58,71	56,03
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	51,36	49,29	68,08	64,10	47,60	43,73
NIVEL DE RENTA						
Alta	53,33%	51,65%	67,27%	60,85%	44,25%	53,03%
Media	36,27%	38,02%	21,82%	30,69%	40,71%	39,39%
Baja	10,39%	10,33%	10,91%	8,47%	15,04%	7,58%

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
Bien	69,78%	71,96%	84,33%	86,35%	93,65%	77,65%	96,06%	86,21%	89,01%	81,09%	78,43%
Regular	28,26%	26,30%	15,23%	13,06%	6,35%	21,79%	3,94%	13,55%	9,89%	18,70%	20,70%
Mal	1,96%	1,74%	0,44%	0,59%	0,00%	0,56%	0,00%	0,25%	1,10%	0,22%	0,87%

Encuesta de Coyuntura a la Demanda



La encuesta realizada por el Observatorio Turístico nos ilustra sobre las características de quienes nos visitan.

Los datos de edad ponen de manifiesto que un tercio de los visitantes tiene entre 18 y 29 años, otra tercera parte entre 30 y 39 y el tercio restante integra las cohortes de edad superior. Se trata de un turismo joven y de mediana edad que expresa diferencias que pueden ser indicativas de los cambios de tendencia que están experimentando los modelos y flujos turísticos. Así, apreciamos una notable disminución del turismo joven (18-29 años) y aumento en la misma proporción del comprendido entre 30 y 49 años, manteniéndose estable la proporción de turistas de más de 50 años.

Como novedad resaltamos que la edad media de los turistas extranjeros es superior a la de los turistas españoles y que han disminuido espectacularmente los turistas extranjeros del grupo 18-29 años. Este hecho es muy importante para nuestro modelo turístico, pues, como sabemos, éste se caracteriza por unas elevadas tasas de recurrencia y la pérdida de los efectivos más jóvenes resta posibilidades de reiteración de la visita en los años venideros.

Considerando conjuntamente edad y tipo de establecimiento hotelero, comprobamos que los huéspedes de los hoteles de 4 ó 3 estrellas son en su mayoría turistas de 30 a 39 años, los de los establecimientos de menor categoría de 18 a 29 años y los que no pernoctan en Córdoba, principalmente, los comprendidos entre 18 y 39 años.

En lo referente a la duración de las estancias, los datos del trimestre son muy positivos. Destaca la disminución del porcentaje de excursionistas hasta el 13,4% y de los turistas que se alojan solamente una ó dos noches hasta el 50,3% (19,2 y 63,1%, respectivamente en el mismo trimestre del año 2003) con la contrapartida del aumento de los que pernoctan tres o más noches hasta el 34,7% (16,7% en 2003).

Los tipos de alojamiento más demandados han sido los de categoría superior, como corresponde a la proporcionalidad de la oferta, y destaca como hecho singular pero ya consolidado del turismo cordobés el hecho de que el 25% de nuestros turistas se alojen durante su estancia en el domicilio de amigos y de familiares.

Capítulo igualmente ilustrativo del comportamiento de nuestros visitantes es el relativo a las reservas, que solamente son efectuadas por la mitad de quienes viajan. Naturalmente esta práctica está mucho más consolidada entre los turistas extranjeros que en los españoles, pero en conjunto los datos revelan un escaso grado de intermediación de las agencias.

Respecto a la modalidad de turismo, apreciamos una proporción muy elevada de turismo en pareja –casi la mitad de los encuestados–; el resto, en proporciones equivalentes, viajan solos, en familia o con amigos. La novedad al respecto radica en la continuidad de la creciente tendencia del viaje individual, particularmente entre extranjeros.

El motivo de la visita, según declaran los encuestados abrumadoramente, es de ocio o descanso, significando una exigüa proporción las restantes motivaciones, entre las cuales señalamos los viajes de incentivos o congresos como una de las grandes pretericiones y cuyo incremento debería ser un proyecto común de entidades, instituciones y sectores implicados en beneficio del sector.

Encuesta de Coyuntura a la Demanda

El medio de transporte más utilizado es el coche propio. Las novedades más destacadas del trimestre son precisamente el elevado porcentaje de utilización del vehículo propio por parte de los turistas españoles y el incremento de los viajes en tren por parte de los extranjeros, en merma del autobús y del coche de alquiler.

La elección de Córdoba como destino turístico sigue siendo un caso singular, en el sentido de que, según deducimos de las encuestas, influyen muy poco las recomendaciones de las agencias, los folletos turísticos e incluso la proyección de la oferta cordobesa a través de internet. En cambio, resultan decisivas y cuantitativamente muy importantes las recomendaciones de amigos, familiares y la experiencia propia. Esta circunstancia supone uno de los principales activos del turismo cordobés en tanto en cuanto la elección de Córdoba como destino está precedida de una información próxima favorable o una experiencia personal positiva, siendo ella misma soporte del turismo de recurrencia o reiteración de destino. Con todo es necesario advertir que por primera vez disminuye el porcentaje de visitantes que han estado en Córdoba con anterioridad; a la espera de conocer las razones, conviene fomentar iniciativas que fidelicen a nuestra demanda e inciten a volver.

Los datos económicos son muy claros y nada favorables a tenor de las moderadas cantidades que los definen. El presupuesto del viaje, en el que se incluye la estancia en Córdoba, se estima en 331,94 euros (218,8 los españoles y 1.247 los extranjeros). Lo novedoso y menos positivo del trimestre radica en que el presupuesto medio es inferior en 118 euros al del trimestre precedente y en 103 al del mismo trimestre del año anterior. Asimismo se aprecia que mientras el presupuesto total de los turistas extranjeros se ha mantenido, el de los españoles ha descendido significativamente. También se aprecia que en los casos en los que se mantiene el presupuesto, aumenta el gasto medio diario.

Y en lo que se refiere al gasto medio real por persona y día, la modesta cantidad de 51,36 euros de promedio es tributaria, a decir de los encuestados, tanto del aumento de los precios como de la disminución de la capacidad adquisitiva. Este último aserto se ve refrendado por la declaración de los turistas sobre su nivel de renta, pues si bien se mantienen los porcentajes de nivel de renta alta, aumentan los de renta baja a expensas de los de renta media.

La valoración ciudad por parte de los turistas sigue siendo muy buena, refiriéndose la principales y consabidas máculas al tráfico-aparcamiento e información-señalización.

Según nuestra encuesta, el 79% de los turistas que han visitado Córdoba durante el cuarto trimestre de 2004 son españoles y el 21% extranjeros, aunque si tomamos como fuente el INE, los datos son más alentadores puesto que el 65,42% de los turistas proceden de España mientras que el 34,58% restante viene de otros países.

Los turistas extranjeros en una proporción de siete a tres, son europeos. Entre estos ocupan el primer lugar los franceses (32,4%), seguidos de italianos (16,2 %); portugueses y alemanes; posiciones más distantes ocupan las restantes nacionalidades europeas que, aunque poco significativas individualmente, aportan casi el 30 % de nuestro contingente turístico, en el cual irrumpen cada vez con más fuerza los países del este europeo. La disminución más significativa corresponde a alemanes y británicos, que se han orientado hacia otros destinos.

Entre los turistas no europeos, los norteamericanos ocupaban el lugar preferente, pero hoy sólo suman el 30%, mientras que los sudamericanos llegan hasta el 60%; los procedentes de otros lugares del mundo, entre los cuales incluimos obviamente a los japoneses, no representan más que el 10%.

Los turistas españoles son mayoritariamente andaluces, en una proporción del 33,6% y que va en aumento progresivo; a continuación se sitúan los madrileños, con el 17,9% de los visitantes. Entre ambas regiones –Andalucía y Madrid- aportan más de la mitad de los efectivos turísticos del contingente nacional y, si ello tiene de positivo el engrosar de modo sustantivo el flujo turístico hacia Córdoba, tiene el inconveniente de proporcionar un turismo de base excursionista y de breve estancia, que acude a Córdoba en razón de proximidad geográfica o de accesibilidad.

En la medida de lo posible y manteniendo los niveles de presencia del turismo de nacionalidad española, sería conveniente recuperar los mercados y puntos de origen turísticos que hemos perdido o que están en trance de disminución, proyectando en Gran Bretaña, Europa central, Norteamérica y Japón una imagen de Córdoba que reactive la demanda, pues de lo contrario el sector y la actividad continuarán acusando el quebranto económico.

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
OCTUBRE	33.563	-5,17%	OCTUBRE	18.259	6,91%	OCTUBRE	18.000	-37,93%	OCTUBRE	4.409	-21,7%
NOVIEMBRE	21.104	-43,51%	NOVIEMBRE	12.900	-13,68%	NOVIEMBRE	12.000	-35,14%	NOVIEMBRE	cerrado	--
DICIEMBRE	20.899	11,14%	DICIEMBRE	12.637	20,96%	DICIEMBRE	14.000	55,56%	DICIEMBRE	cerrado	--
TOTAL TRIM.	75.566	-17,46%	TOTAL TRIM.	43.796	3,12%	TOTAL TRIM.	44.000	-22,12%	TOTAL TRIM.	--	--
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
OCTUBRE	9.038	5,70%	OCTUBRE	3.768	35,10%	OCTUBRE	6.380	30,68%	OCTUBRE	4.217	-28,48%
NOVIEMBRE	4.058	-19,61%	NOVIEMBRE	2.269	-18,64%	NOVIEMBRE	4.440	-25,21%	NOVIEMBRE	4.852	-25,55%
DICIEMBRE	5.361	-1,33%	DICIEMBRE	2.601	-1,44%	DICIEMBRE	4.689	2,09%	DICIEMBRE	3.697	4,94%
TOTAL TRIM.	18.457	-3,02%	TOTAL TRIM.	8.638	5,12%	TOTAL TRIM.	15.509	0,63%	TOTAL TRIM.	12.766	-19,89%
MUSEO DE BELLAS ARTES			MUSEO DIOCESANO			JARDÍN BOTÁNICO					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03			
OCTUBRE	6.781	17,18%	OCTUBRE	971	-12,60%	OCTUBRE	1.904	79,62%			
NOVIEMBRE	4.313	-14,66%	NOVIEMBRE	697	-41,77%	NOVIEMBRE	3.506	28,00%			
DICIEMBRE	4.316	38,29%	DICIEMBRE	653	-15,52%	DICIEMBRE	6.790	-12,86%			
TOTAL TRIM.	15.410	10,37%	TOTAL TRIM.	2.321	-24,67%	TOTAL TRIM.	12.200	5,25%			
MEZQUITA - CATEDRAL			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO			TOTAL VISITANTES					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03			
OCTUBRE	113.550	0,10%	OCTUBRE	3.567	5,38%	OCTUBRE	224.397	-4,10%			
NOVIEMBRE	56.512	-8,08%	NOVIEMBRE	3.093	-4,80%	NOVIEMBRE	129.744	-21,28%			
DICIEMBRE	55.824	7,03%	DICIEMBRE	2.232	1,73%	DICIEMBRE	133.699	11,40%			
TOTAL TRIM.	225.886	-0,52%	TOTAL TRIM.	8.892	0,72%	TOTAL TRIM.**	483.431	-6,82%			

La encuesta a la demanda ofrece signos que ayudan a reiterar la importancia que el turismo cultural tiene para nuestra ciudad, y en concreto, resalta el poder de atracción que suponen los museos y monumentos cordobeses de cara al turista, como demuestra el hecho de que más del 62% de los encuestados admita acudir a Córdoba con tal fin.

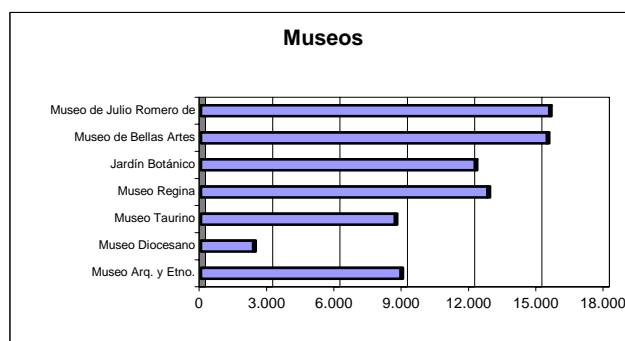
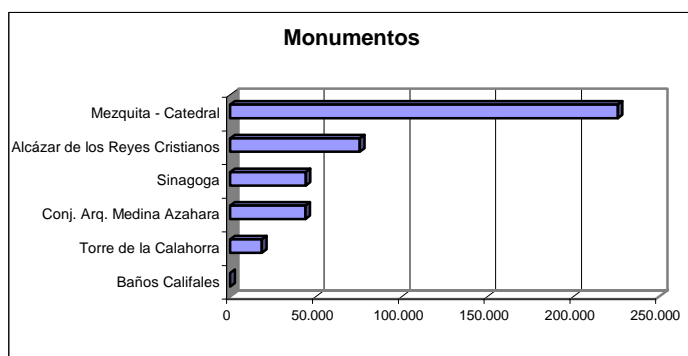
En el último trimestre del 2004, Córdoba ha recibido un total de 483.431 personas con el objetivo de visitar sus monumentos y museos. Nuevamente, y como viene siendo habitual, los primeros acaparan el mayor volumen de visitantes, al suponer el 84,33% del total, si bien, la cifra de los museos va progresivamente en aumento y ya, en este último análisis, las cifras alcanzan el 15,66%, lo cual es muy positivo si tenemos en cuenta que en los meses estivales los museos suponían un 10% del total.

Haciendo una valoración conjunta se desprende que las visitas han experimentado una reducción respecto al mismo periodo del año anterior del 6,82%, pese a conseguir recuperarse respecto a las cifras alcanzadas en el anterior trimestre, donde la variación negativa superaba los 10 puntos porcentuales.

Hablando en términos absolutos podemos decir que las cifras de visitas a museos han variado muy poco respecto a 2003 (-829 visitantes), lo que quiere decir que la variación negativa que se ha producido corresponde casi en exclusiva a los monumentos, donde el descenso supera los 28.000 visitantes.

Entre los monumentos, los mayores porcentajes de pérdida lo han padecido la Sinagoga y el Alcázar de los Reyes Cristianos, mientras que los museos Diocesano y Regina siguen esta misma tendencia decreciente.

Entre los incrementos, el más importante se ha producido en el Museo de Bellas Artes (10,37%), mientras que el Jardín Botánico y el Museo Taurino sobrepasan el 5% de incremento. Medina Azahara es el único monumento cordobés que durante este cuarto trimestre ha visto crecer su cifra de entradas al recibir un 3,12% más de turistas que en 2003.



Demanda Hotelera

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES				
FUENTE: INE	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2004	var/03	2004	var/03
OCTUBRE	68.884	4,36%	102.458	9,78%
NOVIEMBRE	52.228	12,34%	79.730	16,04%
SEPTIEMBRE	48.978	10,14%	79.966	12,77%
TOTAL TRIM.	170.090	8,36%	262.154	12,53%

El último trimestre del año ha sido fundamental para el turismo cordobés porque ha consolidado la tendencia al alza registrada en el anterior trimestre en indicadores turísticos tan importantes como el número de viajeros, pernoctaciones o la estancia media.

Los más de 170.000 viajeros que han visitado Córdoba durante Octubre, Noviembre y Diciembre, han supuesto un incremento respecto al año precedente de un 8,36%, si bien, el dato más satisfactorio, es que dichos viajeros han provocado un crecimiento de las pernoctaciones superior al 12,5%, lo que se ha traducido a su vez en un aumento de la estancia media de casi 4 puntos porcentuales.

La desagregación mensual nos lleva a destacar en términos absolutos a Octubre como el mes que más visitantes ha recibido, con su consiguiente traducción en el número de pernoctaciones, si bien, la estancia media es la inferior del trimestre, siendo Diciembre el mes que gana esta partida al situar su estancia media en 1,63 noches. Si por el contrario, nos centramos en términos porcentuales, observamos que es Noviembre el mes que vive un desarrollo más favorable al registrar significativos incrementos respecto al periodo anterior en cuanto a visitantes y pernoctaciones se refiere.

En cuanto al grado de ocupación en establecimientos hoteleros, INE y

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN				
FUENTE: INE	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2004	var/03	2004	var/03
OCTUBRE	1,49	5,67%	56,44%	3,52%
NOVIEMBRE	1,53	3,38%	46,24%	11,69%
SEPTIEMBRE	1,63	2,52%	45,31%	8,27%
TOTAL TRIM.	1,54	3,85%	49,33%	7,42%

Hostecor vuelven a mostrar disparidades, puesto que el primero sitúa el grado de ocupación trimestral en un discreto 49,33%, mientras que Hostecor lo cifra en un 58,88%, consecuencia de las distintas formas de encuestación utilizadas por ambos organismos. En lo que sí coinciden es en admitir que Octubre es el mes que ha registrado un mayor grado de ocupación.

Por categorías hoteleras se desprende que los establecimientos que ofrecen mejores niveles de ocupación son los de mayor categoría, lo cual evidencia que los turistas del trimestre demandan un mayor confort en aras del bienestar.

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
OCTUBRE	73,95%	2,69%	80,47%	2,78%	79,23%	1,73%	63,32%	2,34%	72,77%	3,96%
NOVIEMBRE	54,89%	0,99%	62,34%	-0,02%	59,98%	4,55%	47,14%	-5,00%	50,08%	4,25%
DICIEMBRE	47,81%	13,07%	56,39%	31,38%	49,07%	39,01%	40,88%	6,68%	44,89%	17,15%
TOTAL TRIM.	58,88%	4,75%	66,40%	16,80%	62,76%	20,41%	50,45%	1,02%	55,91%	7,28%

