

EXTRAORDINARIO AUMENTO DE LAS PERNOCTACIONES Y LEVE RETROCESO DEL TURISMO EXTRANJERO

Los datos correspondientes al cuatro trimestre de 2007 muestran la evolución muy favorable de algunos de los indicadores estructurales de nuestro turismo, así como oscilaciones coyunturales -de signo diverso- imputables a los caracteres estacionales del modelo cordobés.

El primer dato a destacar es el correspondiente a los viajeros, que el Observatorio Turístico estima en 183.463, cifra que, con independencia de su significado aritmético y de suponer un crecimiento del 3,4% con respecto al año anterior, es una prueba de la recuperación turística y del excelente balance del último año.

En una proporción mayor que los visitantes han aumentado las pernoctaciones: casi el 8%. En términos absolutos el aumento ha sido de 22.000 pernoctaciones, las cuales han tenido una repercusión directa en la duración de la estancia media en nuestra ciudad, que se hace evidente tanto en los datos aportados por la Encuesta de Ocupación Hotelera como en los elaborados a partir del trabajo de campo del Observatorio Turístico de Córdoba.

La ocupación hotelera -con la leve diferencia que existe entre los datos procedentes del INE y de HOSTECOR- se ha mantenido en valores próximos al 60% y similares a los del último trimestre de 2006.

El gasto medio diario ha aumentado considerablemente, lo cual en una primera aproximación puede considerarse un rasgo positivo y expresivo de la mayor capacidad económica de nuestros visitantes. No obstante, el expresado aumento -como se colige de otros análisis - no es consecuencia del deseado aumento de la capacidad adquisitiva de los turistas, sino más bien del incremento experimentado en los últimos meses por los precios de algunos de los servicios turísticos.

Las visitas a monumentos y museos, indicadores emblemáticos de la percepción de nuestra oferta patrimonial, se mantienen oscilantes: retroceden levemente los visitantes a los primeros y aumentan de modo muy significativo las entradas a museos.

La valoración de Córdoba por quienes nos visitan sigue siendo muy buena. Es más, en los datos del último trimestre se aprecia una elevación del grado de satisfacción con respecto al año anterior y al trimestre precedente, lo cual es gratificante por cuanto evidencia que las sucesivas medidas y actuaciones que se están llevando a cabo rinden un efecto positivo.

En cuanto a la procedencia de los turistas, los datos nos muestran un predominio de los turistas españoles sobre los extranjeros en la proporción de dos a uno. El dato merece un comentario: aumento de los extranjeros respecto a las mismas fechas del año anterior, pero disminución con respecto al trimestre precedente, que trunca la progresión ascendente experimentada por el turismo foráneo en los últimos boletines, con sus consiguientes repercusiones económicas.

Y respecto a la duración de la estancia, los datos del trimestre no son todo lo satisfactorios que desearíamos por cuanto ponen de manifiesto que han disminuido las estancias de mayor duración -de tres o más noches-, se han mantenido las de una ó dos noches y ha aumentado la proporción de quienes no pernoctan en la ciudad y se han desplazado hasta la misma en calidad de excursionistas.

En conclusión, un trimestre marcado por la excelencia de las cifras de visitantes y, en mayor grado, de las pernoctaciones, y ensombrecido por la disminución de los turistas extranjeros y la mayor presencia de excursionistas.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (PROPIA)	
	INE	HOSTECOR	INE	HOSTECOR	TOTAL	HOTELES	TOTAL	HOTELES
183.463	303,904	303,904	56,76%	61,64%	1,66	2,18	2,8	2,8
3,42%	7,71%	7,71%	5,79%	-0,63%	4,15%	NOCHES	NOCHES	NOCHES
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMENTOS/MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PRECEDENCIA TURISTAS (INE)		DURACIÓN DE ESTANCIA	
65,07 €	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	78,61%	ESPAÑA	66,34%	SIN PERNOCIA	16,34%
19,48%	507.519	85.378	REGULAR	17,31%	EXTRANJERO	33,66%	1-2 NOCHES	61,00%
	-1,46%	7,78%	MAL	4,08%			+3 NOCHES	22,66%

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	2,13%	2,18%	2,03%	1,44%	3,77%	2,60%
10 - 18 años	0,85%	1,24%	0,00%	0,00%	0,00%	2,60%
18 - 29 años	25,58%	27,72%	20,95%	13,88%	25,47%	22,08%
30 - 44 años	39,45%	39,57%	39,19%	46,89%	45,28%	36,36%
45 - 65 años	25,80%	22,12%	33,78%	29,67%	22,64%	28,57%
65 años y más	6,19%	7,16%	4,06%	8,13%	2,83%	7,79%
DURACIÓN ESTANCIA						
Sin Pernoctación	16,34%	15,61%	17,93%	0,00%	0,00%	100,00%
1 - 2 noches	61,00%	58,28%	66,90%	76,21%	75,49%	0,00%
3 - 7 noches	22,22%	25,80%	14,48%	23,79%	23,53%	0,00%
Más de 7 noches	0,44%	0,32%	0,69%	0,00%	0,98%	0,00%
Media	2,18	2,28	1,96	1,97	2,18	0
TIPO DE ALOJAMIENTO						
Hoteles 3 y 4 *	54,17%	56,82%	48,33%	100,00%	0,00%	100,00%
Hoteles 1 y 2 *	10,68%	9,09%	14,17%	0,00%	40,20%	0,00%
Pensión	15,89%	15,15%	17,50%	0,00%	59,80%	0,00%
Casa amigos o familiares	10,42%	10,98%	9,17%	0,00%	0,00%	0,00%
Resto	8,85%	7,95%	10,83%	0,00%	0,00%	0,00%
EFFECTUÓ RESERVA						
Sí	75,17%	70,13%	86,01%	93,20%	79,21%	43,66%
No	24,83%	29,87%	13,99%	6,80%	20,79%	56,34%
TIPO DE RESERVA						
Viaje organizado por agencia	7,73%	11,11%	0,90%	16,66%	9,24%	5,76%
Alojamiento por agencia	24,32%	32,93%	16,22%	8,34%	32,93%	13,09%
Alojamiento directamente	35,91%	32,10%	47,75%	19,44%	38,96%	31,94%
Transporte por agencia	9,77%	6,99%	11,71%	19,44%	4,02%	17,28%
Transporte directamente	22,27%	16,87%	23,42%	36,11%	14,86%	31,94%
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA						
LUGAR DE RESIDENCIA						
España	68,41%	100,00%	0,00%	72,82%	62,75%	65,33%
Unión Europea	22,88%	0,00%	72,41%	19,90%	27,45%	24,00%
Resto del mundo	8,71%	0,00%	27,59%	7,28%	9,80%	10,67%
GRUPO						
Solo	9,83%	7,99%	13,79%	1,94%	10,78%	18,67%
Pareja	47,38%	49,20%	43,45%	54,85%	54,90%	38,67%
Familia	20,31%	19,49%	22,07%	23,79%	16,67%	18,67%
Amigos	22,49%	23,32%	20,69%	19,42%	17,65%	24,00%
MOTIVOS DEL VIAJE						
Vacaciones	80,35%	73,80%	94,48%	85,85%	89,22%	76,00%
Visita amigos o familiares	7,64%	9,58%	3,45%	1,46%	4,90%	6,67%
Trabajo/negocios	3,93%	5,43%	0,69%	4,39%	0,98%	6,67%
Excursiones, visitas...	7,42%	10,54%	0,69%	8,29%	3,92%	9,33%
Estudios	0,66%	0,64%	0,69%	0,00%	0,98%	1,33%
ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE						
Coche propio	49,34%	68,79%	6,94%	56,31%	45,10%	38,67%
Coche alquilado	11,79%	0,96%	35,42%	13,59%	14,71%	8,00%
Avión regular	0,44%	0,00%	1,39%	0,97%	0,00%	0,00%
Autobús regular	6,77%	4,14%	12,50%	2,91%	7,84%	10,67%
Autobús discrecional	1,75%	1,91%	1,39%	0,97%	0,98%	5,33%
Moto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Tren	29,91%	24,20%	42,36%	25,24%	31,37%	37,33%
CÓMO ELIGIÓ DESTINO						
Recomendación agencia viajes	2,40%	3,19%	0,69%	2,44%	1,96%	4,00%
Recomend. amigos o familiares	11,14%	9,90%	13,79%	5,37%	9,80%	6,67%
Cultura general	34,93%	31,63%	42,07%	36,59%	39,22%	40,00%
Iniciativa propia	47,82%	52,40%	37,93%	53,17%	47,06%	41,33%
Experiencia propia	1,09%	1,28%	0,69%	0,49%	0,98%	2,67%
Folleto turístico	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Oferta o folleto tour operador	0,44%	0,00%	1,38%	0,49%	0,00%	1,33%
Publicidad o información MCS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Clubes o asociaciones	0,66%	0,96%	0,00%	0,98%	0,00%	1,33%
Internet	1,53%	0,64%	3,45%	0,49%	0,98%	2,67%
ACTIVIDADES QUE REALIZA						
Compras	5,22%	4,72%	6,34%	5,16%	4,98%	7,41%
Espectáculos, teatros...	0,69%	0,75%	0,55%	0,37%	1,15%	1,23%
Pasear	25,08%	25,22%	24,79%	25,65%	26,44%	23,46%
Descansar	6,42%	6,58%	6,06%	7,38%	7,28%	3,09%
Visitar amigos / familia	4,11%	4,35%	3,58%	0,92%	2,30%	4,32%
Trabajo	1,03%	1,37%	0,28%	0,92%	0,38%	2,47%
Gastronomía	15,75%	16,40%	14,32%	17,90%	14,56%	17,28%
Deportes	0,09%	0,00%	0,28%	0,00%	0,38%	0,00%
Diversión (discotecas, pubs...)	6,42%	5,96%	7,44%	4,98%	6,51%	4,32%
Visitas culturales	35,19%	34,66%	36,36%	36,71%	36,02%	36,42%
DATOS ECONÓMICOS						
PRESUPUESTO VIAJE						
Total	618,14	366,51	1166,82	611,6	653,1	622,8
Diario	84,91	71,18	114,84	86,41	86,84	91,42
GASTO MEDIO DIARIO						
Dato Media	65,07	64,14	67,11	73,06	67,51	52,75
NIVEL DE RENTA						
Alta	55,99%	50,96%	66,90%	66,02%	50,98%	44,00%
Media	33,55%	35,35%	29,66%	28,64%	36,27%	40,00%
Baja	10,46%	13,69%	3,45%	5,34%	12,75%	16,00%

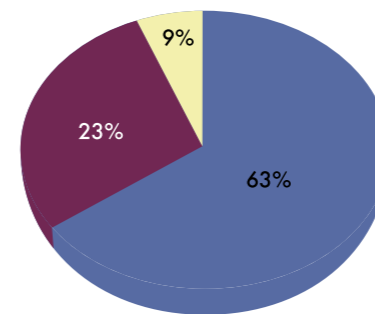
OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES													
	Información Señalizac.	Precios	Carreteras/ Comunicac.	Aloja.	Comida	Activ. Cultural	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservac. ciudad	Tráfico	Aparcam.
Bien	65,92%	75,80%	87,06%	92,96%	92,86%	88,00%	95,13%	85,08%	94,12%	84,05%	85,51%	41,39%	34,00%
Regular	26,50%	22,15%	9,64%	6,48%	6,38%	10,67%	4,38%	14,11%	5,41%	14,35%	13,55%	49,45%	42,00%
Mal	7,57%	2,05%	3,30%	0,56%	0,77%	1,33%	0,49%	0,81%	0,47%	1,59%	0,93%	9,16%	24,00%

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

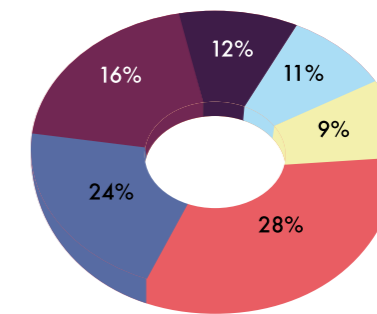
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

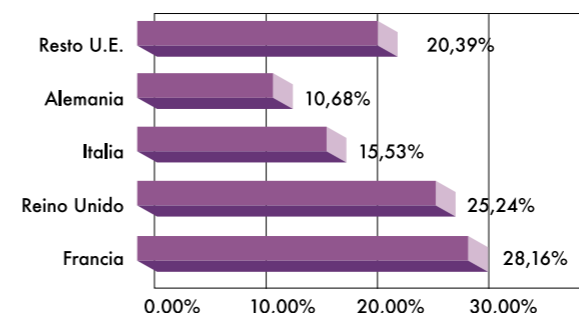
General



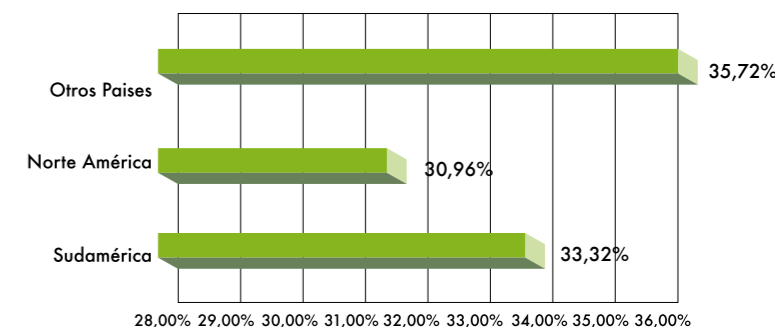
Españoles



Europeos



Resto del mundo



La Encuesta de Coyuntura a la Demanda recoge y pormenoriza los datos turísticos del cuarto trimestre de 2007, los cuales se presentan ordenados temáticamente en cuatro grandes apartados.

El primero de ellos está dedicado a las características demográficas y de estancia de los turistas en nuestra ciudad.

El examen de los datos de edad pone de manifiesto la condición de personas jóvenes o de mediana edad de nuestros visitantes, característica estructural de nuestro modelo turístico. Ahora bien, los datos del presente trimestre difieren de los del trimestre anterior y de los del mismo trimestre del año 2006 por evidenciar una disminución considerable de las cohortes infantiles (hasta el 3%), como consecuencia de la disminución del turismo familiar, y seniles (hasta el 6%) del turismo cordobés. Resultado de ello es la compactación del turismo cordobés en las edades comprendidas entre 18 y 64 años, con el zénit en el grupo de 30 a 44 años, que concentra casi el 40% de los visitantes.

Distinguiendo entre turistas nacionales y extranjeros, los datos muestran una equivalencia porcentual de unos y otros en los grupos de edad de 30-44 años, menor presencia de extranjeros infantiles, jóvenes y ancianos, y mayor presencia en los grupos de 45 a 64 años.

En cuanto a los hoteles, estableciendo la relación entre la edad de los alojados y la categoría de los establecimientos, constatamos que los hoteles de superior categoría son ocupados en mayor proporción por huéspedes de 30 a 65 años, grupo integrado por personas en plenitud laboral y económica. El grupo de población menor de 30 años, en cambio y por razones opuestas a las anteriores, ocupa los restantes establecimientos hoteleros de categoría inferior.

La duración de la estancia media en Córdoba se estima en 2,18 noches, siendo algo mayor en los españoles (2,28) que en los extranjeros, y también algo más breve en los mejores hoteles que en los de categoría inferior.

La estancia entre dos y siete noches se ha mantenido en torno al 22%, mientras que las estancias de duración superior a la semana son poco significativas. El máximo corresponde a las estancias breves -una o dos noches-, con diferencias entre españoles y extranjeros y entre establecimientos según categoría. Muy llamativo es el porcentaje de excursionistas que han superado durante el último trimestre el 16%, situándose por encima de las estimaciones del trimestre y año precedentes.

El tipo de establecimiento preferido por los turistas que nos visitan es el hotel de 4 ó 3 estrellas, que en conjunto acoge al 54% de los mismos, dándose la circunstancia novedosa de que

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

por primera vez en los años de observación los porcentajes de huéspedes españoles alojados en los mencionados establecimientos son superiores a los porcentajes de turistas extranjeros (57 y 48% respectivamente). En sentido opuesto los hoteles de dos y de una estrella, las pensiones y los restantes establecimientos acogen a una proporción mayor de extranjeros que de españoles, lo cual puede ser ilustrativo de la disminución de poder adquisitivo por parte de los turistas foráneos o de una pérdida de competitividad de nuestros establecimientos en razón de precio que los hace disuasorios para estos usuarios potenciales.

Completa el tipo de alojamiento el que realizan nuestros visitantes en casa de amigos y de familiares, que se estima en un 10% y que ha experimentado una reducción a la mitad del observado en el mismo trimestre del año anterior.

La mayoría de las estancias en Córdoba se han realizado previa reserva; incrementándose las que se gestionan directamente por los interesados, que tienen posibilidad de efectuarlas mediante los nuevos sistemas de comunicación y pago, y el escasísimo porcentaje que suponen los viajes organizados por agencias, particularmente entre los extranjeros.

El segundo capítulo aporta datos diversos descriptivos de la demanda. El primero de ellos se refiere al lugar de residencia de nuestros visitantes, que, según se expresa, es: 68% españoles, 23% europeos y 9% de otros continentes.

En cuanto a la modalidad de viaje, casi un 10% de los turistas viajan solos, la mitad en pareja, más de un 20% en familia y el resto con amigos. Los extranjeros solos o en familia en mayor proporción que los españoles; quienes viajan en pareja demandan los mejores hoteles y quienes van solos presentan unas elevadas tasas de no pernoctación o excursionismo.

El motivo del viaje a Córdoba está relacionado con las vacaciones. Es un viaje de signo cultural, de ocio, descanso y en menos del 5% está motivado por razones de trabajo o negocio. Se debe potenciar el turismo de congresos y convenciones, haciendo valer la centralidad geográfica y accesibilidad de nuestra ciudad y dotándonos de las infraestructuras necesarias.

La elección de Córdoba como destino, según declaran las personas encuestadas, obedece a motivaciones de signo cultural y a la iniciativa propia. En la toma de decisión son importantes las recomendaciones de amigos y de familiares y, en sentido contrario, llama la atención la escasa influencia que ejercen las agencias, los folletos turísticos, etc. En los datos analizados y en los contenidos de los anteriores Boletines del Observatorio Turístico venimos apreciando la disminución del porcentaje de personas que dicen venir a Córdoba por la experiencia anterior del mismo viaje, cuando años anteriores constatábamos un porcentaje muy elevado de segundos viajes y de tasas de recurrencia. Sin embargo la disminución de la recurrencia hasta los niveles de hoy, tal vez sea uno de los primeros síntomas de un cambio consistente en la conformación de un flujo de turistas nuevos, a los cuales, desde el punto de vista de la ordenación del sector y planificación estratégica conviene fidelizar.

Las actividades que realizan los turistas durante su estancia en nuestra ciudad son de signo diverso: culturales, lúdicas, recreativas, gastronómicas, etc., que son muy exigentes en calidad, conservación del entorno, puesta en valor del patri-

monio, sentido cultural, valoración del paisaje y percepción de lo auténtico.

El tercer conjunto de datos que se recogen en el cuadro adjunto es de naturaleza económica. De ellos destacamos el relativo al presupuesto del viaje, total y diario, que se estima en 618 y 85 euros respectivamente, con una clara diferencia en el presupuesto total a favor de los extranjeros, cuyo importe triplica al de los españoles, y una mayor disponibilidad en el presupuesto diario. El gasto medio se estima en 65 euros, sin que, en este caso, existan diferencias significativas entre los turistas españoles y los extranjeros.

Lo más importante de los datos trimestrales es que el importe de los presupuestos es el mismo que hace un año y considerablemente menor que el correspondiente al tercer trimestre del año 2007. El gasto medio diario ha aumentado sin que lo haya hecho proporcionalmente el presupuesto, como consecuencia del incremento de los costos y no de la mayor disponibilidad para el viaje. Y ello se concluye de modo contundente atendiendo al nivel de renta que declaran los turistas encuestados: 56% de renta alta, 34% de renta media y 10% de renta baja. Respecto a los datos precedentes apreciamos la disminución de los turistas más modestos, el mantenimiento de los de renta intermedia y el aumento de los de renta alta.

Las opiniones de los turistas, finalmente, y la valoración de Córdoba a partir de ellas son excelentes, pues las dos terceras partes de los encuestados así lo manifiesta. Son muchos, la mayoría, los conceptos encuestados los que obtienen unos índices de satisfacción superiores al 80%, alcanzando grados de excelencia. En el extremo opuesto destacamos la señalización de la ciudad, que admite una mejoría a decir de los turistas; el tráfico y aparcamiento tienen una evaluación negativa, consecuencia, sin duda, de una oferta que todavía es insuficiente y de una demanda realizada por la elevada proporción de turistas que acceden a nuestra ciudad en su propio coche.



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				
OCTUBRE	25.518	-23,58%	OCTUBRE	18.721	-0,53%	OCTUBRE	43.900	-14,59%	OCTUBRE	122.754	-5,22%
NOVIEMBRE	21.700	7,23%	NOVIEMBRE	17.070	29,66%	NOVIEMBRE	31.950	36,83%	NOVIEMBRE	79.111	11,55%
DICIEMBRE	21.307	-17,49%	DICIEMBRE	14.884	-4,97%	DICIEMBRE	22.350	1,59%	DICIEMBRE	67.552	-2,93%
TOTAL TRIM.	68.525	-13,75%	TOTAL TRIM.	50.675	6,36%	TOTAL TRIM.	98.200	1,50%	TOTAL TRIM.	269.417	-0,22%
TORRE DE LA CALAHORRA		MUSEO TAURINO		MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO					
VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06				
OCTUBRE	2.343	-44,27%	OCTUBRE	cerrado	--	OCTUBRE	5.368	-5,09%	OCTUBRE	4.256	-26,12%
NOVIEMBRE	1.567	-32,37%	NOVIEMBRE	cerrado	--	NOVIEMBRE	6.022	45,95%	NOVIEMBRE	5.307	3,27%
DICIEMBRE	1.540	-26,35%	DICIEMBRE	cerrado	--	DICIEMBRE	4.668	-0,70%	DICIEMBRE	4.819	0,19%
TOTAL TRIM.	5.450	-36,72%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	16.058	10,87%	TOTAL TRIM.	14.382	-8,45%
MUSEO DE BELLAS ARTES		JARDÍN BOTÁNICO		MUSEO REGINA		MUSEO DIOCESANO					
VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06				
OCTUBRE	5.746	-1,39%	OCTUBRE	1.892	-27,45%	OCTUBRE	3.756	-1,83%	OCTUBRE	cerrado	--
NOVIEMBRE	6.078	45,30%	NOVIEMBRE	6.694	74,87%	NOVIEMBRE	3.102	-4,99%	NOVIEMBRE	cerrado	--
DICIEMBRE	5.484	-2,82%	DICIEMBRE	7.997	30,82%	DICIEMBRE	3.204	-13,89%	DICIEMBRE	cerrado	--
TOTAL TRIM.	17.308	10,57%	TOTAL TRIM.	16.583	32,15%	TOTAL TRIM.	10.062	-6,94%	TOTAL TRIM.	--	--
BAÑOS CALIFALES		PALACIO DE VIANA		TOTAL DE VISITANTES							
VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06	VISITAS	%var/06						
OCTUBRE	4.800	285,23%	OCTUBRE	5.398	7,94%	OCTUBRE	244.452	-8,53%			
NOVIEMBRE	4.996	-0,32%	NOVIEMBRE	3.361	19,74%	NOVIEMBRE	186.958	18,07%			
DICIEMBRE	5.456	-13,53%	DICIEMBRE	2.226	1,18%	DICIEMBRE	161.487	-4,25%			
TOTAL TRIM.	15.252	21,36%	TOTAL TRIM.	10.985	9,76%	TOTAL TRIM.	592.897	-0,23%			

Durante el cuarto trimestre del año han visitado los monumentos y museos cordobeses un total de 592.897 personas, lo que supone un comportamiento prácticamente inalterable con respecto al mismo trimestre del año anterior.

La desagregación mensual corrobora que, aunque en el mes de Octubre se produjo un mayor número de visitas en museos y monumentos, el mes de Noviembre fue el que conoció una mejor evolución con respecto al mismo mes del año anterior (18,07%). El resto de meses muestran tendencias regresivas: Octubre empeora su cómputo de entradas un 8,53% y Diciembre un poco menos, el 4,25%.

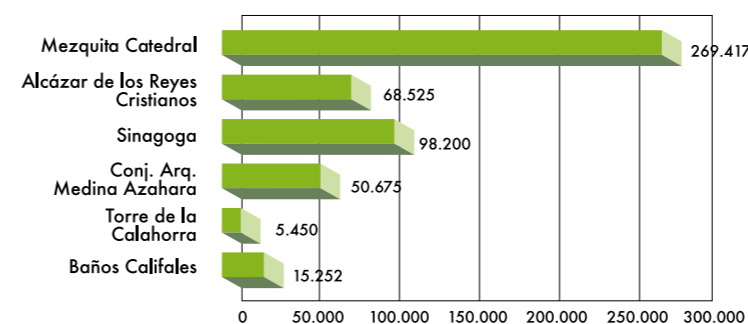
El reparto de la afluencia en función del tipo de centro vuelve a mostrar desequilibrios: el 85,6% de las entradas recaen en los monumentos (507.519 visitas), frente al 14,4% restante que acaparan los museos (85.378 entradas). En términos relativos,

ambos conceptos muestran una tendencia distinta, puesto que los primeros descienden a razón de un 1,46% trimestral y los segundos crecen un 7,78%, lo cual es una constatación muy satisfactoria en este segundo caso.

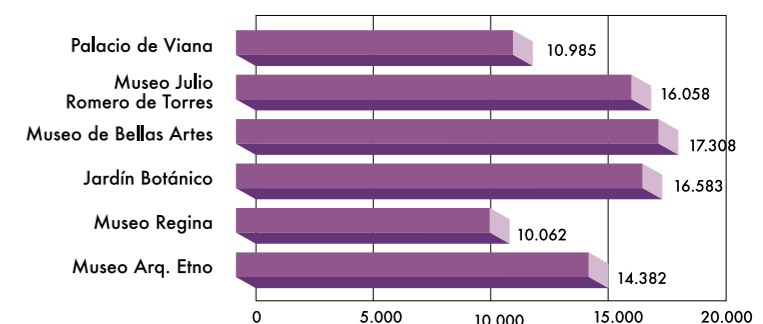
La evolución más favorable entre los primeros la registra los Baños Califales (21,36%), aunque también con signo positivo se encuentran el Conjunto Arqueológico Medina Azahara (6,36%) y la Sinagoga (1,5%). En el extremo opuesto vuelve a situarse la Torre de la Calahorra (-36,72%), que continuó padeciendo en su accesibilidad el efecto negativo de la rehabilitación de su principal vía de acceso, el Puente Romano.

El esfuerzo de los agentes turísticos por promocionar la oferta museística cordobesa está dando sus frutos, de hecho todos los museos han mejorado la asistencia de visitantes, a excepción del Museo Arqueológico (-8,45%) y el Museo Regina (-6,94%).

Visita a monumentos



Visita a museos



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2007	VAR/06	2007	VAR/06
OCTUBRE	75.244	-0,46%	119.482	0,74%
NOVIEMBRE	57.166	7,98%	94.614	16,23%
DICIEMBRE	51.053	4,48%	89.808	9,33%
TOTAL TRIM.	183.463	3,42%	303.904	7,71%

fuelle: INE

Los indicadores turísticos analizados en el presente boletín muestran, en líneas generales, un comportamiento favorable. El cuarto trimestre comenzó con una tendencia a la baja en el volumen de desplazamientos de los turistas respecto al mismo trimestre del año anterior (-0,46%), truncando la evolución tan favorable acontecida en los meses anteriores.

El Instituto Nacional de Estadística ha cifrado en 183.463 las personas alojadas en los establecimientos hoteleros de la ciudad, lo que en términos relativos se traduce en un incremento del 3,42% respecto a 2006. Las pernoctaciones hoteleras también muestran una muy notable evolución, creciendo a razón de un 7,71% y saldándose con 303.904 pernoctas. Esta variable está muy relacionada con la estancia media que, estimada en 1,66 noches, registra un incremento significativo, el 4,15%.

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2007	VAR/06	2007	VAR/06
OCTUBRE	1,59	1,34%	68,30%	-0,74%
NOVIEMBRE	1,66	7,96%	57,93%	10,96%
DICIEMBRE	1,76	4,70%	53,05%	9,52%
TOTAL TRIM.	1,66	4,15%	59,76%	5,79%

fuelle: INE

La desagregación mensual del trimestre revela que la mayor afluencia turística se produce en Octubre (41,01% de visitantes en el trimestre) aunque, en términos relativos y, como se puede observar en la tabla, Córdoba alcanza en Noviembre su mayor progresión (7,98%)

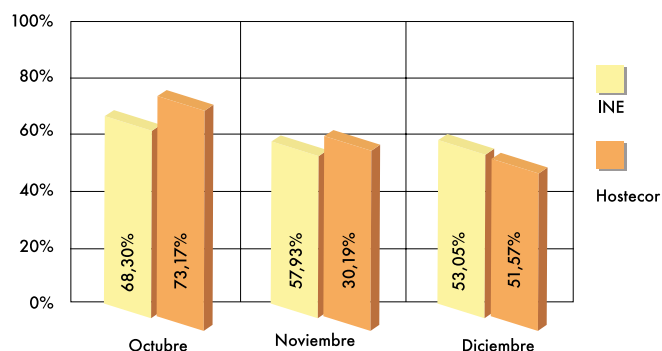
La ocupación hotelera ha sido cifrada por el INE en el 59,76%, lo que supone un incremento del 5,79% respecto a la obtenida en el mismo trimestre de 2006. Sin embargo, Hostecor, pese a presentar una cifra de ocupación parecida (61,64%), advierte un leve descenso respecto a los datos ofrecidos un año antes (-0,63%). Y es que, según esta fuente, todas las tipologías hoteleras, a excepción de los hoteles de cuatro 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
OCTUBRE	73,17%	1,68%	80,35%	0,19%	75,65%	-5,20%	60,45%	0,33%	63,50%	-6,02%
NOVIEMBRE	60,19%	-3,22%	73,45%	3,00%	59,55%	-2,78%	51,56%	-10,41%	56,20%	-4,16%
DICIEMBRE	51,57%	-0,75%	57,80%	1,76%	53,49%	-1,84%	45,30%	-4,15%	51,60%	4,67%
TOTAL TRIM.	61,64%	-0,63%	70,53%	1,58%	62,90%	-3,50%	52,44%	-4,70%	57,10%	-2,40%

fuelle: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor

