

DATOS TURÍSTICOS DENTRO DE UN CONTEXTO GENERAL DE CRISIS

Los datos del cuarto trimestre del año son, por lo general, los menos favorables del año, habida cuenta de las características de nuestro modelo turístico. En esta ocasión a ello se añaden los efectos turísticos de la crisis que estamos viviendo, razones por las cuales los datos del presente trimestre ofrecen un balance ciertamente negativo.

Es ello lo que justifica la disminución en un 14% de los turistas del trimestre, lo cual representa un retroceso sin precedentes en Córdoba, que, no obstante, es un rasgo compartido por otros destinos turísticos españoles de componente cultural. La ocupación hotelera durante los meses de Octubre a Diciembre, según los datos del Instituto Nacional de Estadística y de HOSTECOR, también ha disminuido considerablemente: en un 17% respecto al año anterior, imputable tanto a la disminución de los visitantes como, en menor medida, al aumento de la oferta. Las pernoctaciones han disminuido en el 14,51%.

La estancia media ha permanecido prácticamente invariable respecto a 2007 (descenso del 0,34%), consecuencia de las similares evoluciones experimentadas por viajeros y pernoctaciones.

Dato negativo del trimestre es el correspondiente al Gasto Medio Diario de nuestros turistas, que ha bajado hasta 52 Euros, marcando una disminución de casi un 20% con respecto al mismo trimestre del año 2007. Este hecho tiene unas graves repercusiones económicas en el sector y en la actividad, y de cuya magnitud nos podemos hacer una idea considerando que en un año hemos perdido 25.000 turistas y que quienes nos han visitado han gastado solamente el 80% de lo que gastaron

aquellos. Ello supone que en el cuarto trimestre del año 2008 hemos recibido unos ingresos equivalentes sólo al 60% de los recibidos en el mismo trimestre del año anterior.

Las visitas a monumentos y museos han bajado, aunque en proporción menor que los turistas, lo que nos indica que quienes nos han visitado han tenido un claro interés cultural, y que quienes han faltado son los menos habituales a los monumentos y museos.

La valoración de Córdoba por parte de los turistas sigue siendo excelente, con unos porcentajes de plena satisfacción cercanos al 80%, lo cual es activo extraordinario en tiempos de crisis y garantía de concurrencia en tiempos de normalidad.

En cuanto a procedencia de los turistas se advierte el predominio de los españoles, aunque con una notable recuperación del porcentaje de extranjeros según los datos del INE. Si éstos han aumentado porcentualmente pero no en número, deducimos que lo que se operado realmente ha sido un retroceso de la cifra de visitantes españoles.

Pese a que durante el trimestre ha aumentado la duración de la estancia, también, y negativamente a efectos económicos, apreciamos que ha aumentado el número de excursionistas que no se han alojado en Córdoba.

En definitiva, un trimestre de claro signo negativo marcado por la faz de la crisis general, no imputable a los caracteres de nuestra oferta, y en el cual lo más positivo ha sido la práctica invariabilidad de la estancia media.

EL TRIMESTRE EN CIFRAS

VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (PROPIA)	
			INE	HOSTECOR			TOTAL	HOTELES
157.368	259.794		49,23%	50,79%	1,65		2,13	1,67
-14,22%	-14,51%		-17,62%	-17,60%	-034%		NOCHES	NOCHES
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMENTOS/MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA TURISTAS (INE)		DURACIÓN DE ESTANCIA	
	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	79,25%			SIN PERNOCTA	37,50%
52,12 €	470.360	67.909	REGULAR	14,75%	ESPAÑA	64,84%	1-2 NOCHES	50,50%
-19,09%	-7,32%	-4,73%	MAL	6,00%	EXTRANJERO	35,16%	+3 NOCHES	12,00%

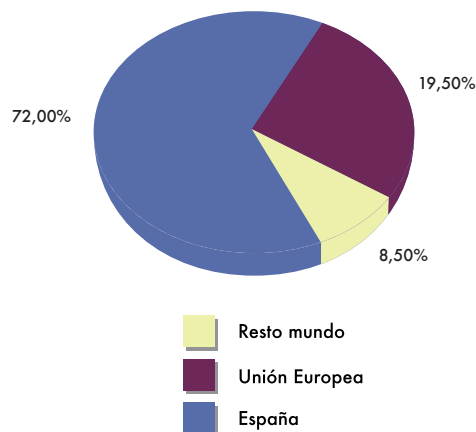
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA													
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOTA							
PERFIL													
EDAD													
Menor de 10 años	13,38%	17,17%	1,81%	15,15%	3,71%	14,77%							
10 - 18 años	7,75%	7,98%	7,28%	4,55%	7,41%	5,68%							
18 - 29 años	42,25%	41,10%	47,27%	48,48%	55,55%	40,91%							
30 - 44 años	26,06%	21,47%	40,00%	27,27%	33,33%	22,73%							
45 - 65 años	8,45%	9,82%	3,64%	3,03%	0,00%	13,64%							
65 años y más	2,11%	2,46%	0,00%	1,52%	0,00%	2,28%							
DURACIÓN ESTANCIA													
Sin Pernoctación	37,50%	38,19%	35,71%	0,00%	0,00%	100,00%							
1 - 2 noches	50,50%	50,69%	50,00%	83,61%	88,24%	0,00%							
3 - 7 noches	9,50%	7,64%	14,29%	14,75%	11,76%	0,00%							
Más de 7 noches	2,50%	3,47%	0,00%	1,64%	0,00%	0,00%							
Media	2,13	2,18	2,0	1,8	1,53	0							
TIPO DE ALOJAMIENTO													
Hoteles 3 y 4 *	48,80%	49,44%	47,22%	100,00%	0,00%	0,00%							
Hoteles 1 y 2 *	11,20%	8,99%	16,67%	0,00%	41,18%	0,00%							
Pensión	16,00%	14,61%	19,44%	0,00%	58,82%	0,00%							
Casa amigos o familiares	15,20%	17,98%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%							
Resto	8,80%	8,99%	8,33%	0,00%	0,00%	0,00%							
EFECTUÓ RESERVA													
Sí	53,48%	44,78%	75,47%	83,61%	63,33%	24,29%							
No	46,52%	55,22%	24,53%	16,39%	36,67%	75,71%							
TIPO DE RESERVA													
Viaje organizado por agencia	3,10%	5,64%	0,00%	2,82%	0,00%	11,76%							
Alojamiento por agencia	6,20%	8,45%	3,45%	8,45%	8,00%	0,00%							
Alojamiento directamente	47,29%	56,34%	36,21%	49,30%	56,00%	17,65%							
Transporte por agencia	7,75%	8,45%	6,90%	4,22%	8,00%	17,65%							
Transporte directamente	35,66%	21,13%	53,45%	35,21%	28,00%	52,94%							
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA													
LUGAR DE RESIDENCIA													
España	72,00%	100,00%	0,00%	72,13%	61,76%	73,33%							
Unión Europea	19,50%	0,00%	69,64%	22,95%	23,53%	14,67%							
Resto del mundo	8,50%	0,00%	30,36%	4,92%	14,71%	12,00%							
GRUPO													
Solo	12,56%	9,09%	21,43%	14,75%	14,71%	8,00%							
Pareja	37,19%	37,06%	37,50%	52,46%	50,00%	25,33%							
Familia	29,15%	31,47%	23,21%	21,31%	11,76%	37,33%							
Amigos	21,11%	22,38%	17,86%	11,48%	23,53%	29,33%							
MOTIVOS DEL VIAJE													
Vacaciones	41,50%	31,25%	67,86%	55,74%	61,76%	30,67%							
Visita amigos o familiares	17,00%	16,67%	17,86%	9,84%	8,82%	10,67%							
Trabajo/negocios	5,00%	6,25%	1,79%	6,56%	2,94%	6,67%							
Excursiones, visitas...	35,50%	45,83%	8,93%	27,87%	26,47%	52,00%							
Estudios	1,00%	0,00%	3,57%	0,00%	0,00%	0,00%							
ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE													
Coche propio	49,25%	65,28%	7,27%	45,90%	52,94%	47,30%							
Coche alquilado	8,54%	2,78%	23,64%	9,84%	8,82%	8,11%							
Avión	3,52%	0,69%	10,91%	1,64%	8,82%	2,70%							
Autobús regular	5,53%	4,86%	7,27%	1,64%	2,94%	8,11%							
Autobús discrecional	6,03%	7,64%	1,82%	0,00%	2,94%	14,86%							
Moto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%							
Tren	27,14%	18,75%	49,09%	40,98%	23,53%	18,92%							
CÓMO ELIGIÓ DESTINO													
Recomendación agencia viajes	1,53%	1,42%	1,82%	3,33%	0,00%	1,37%							
Recomend. amigos o familiares	18,37%	19,86%	14,55%	8,33%	17,65%	16,44%							
Cultura general	30,61%	23,40%	49,09%	36,67%	35,29%	28,77%							
Iniciativa propia	33,67%	37,59%	23,64%	36,67%	35,29%	31,51%							
Experiencia propia	4,08%	3,55%	5,45%	6,67%	0,00%	5,48%							
Folletos turísticos	2,04%	1,42%	3,64%	1,67%	0,00%	2,74%							
Oferta o folleto tour operador	1,02%	0,71%	1,82%	1,67%	2,94%	0,00%							
Publicidad o información MCS	3,57%	4,96%	0,00%	1,67%	5,88%	5,48%							
Clubes o asociaciones	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%							
Internet	5,10%	7,09%	0,00%	3,33%	2,94%	8,22%							
ACTIVIDADES QUE REALIZA													
Compras	11,09%	9,30%	15,38%	8,78%	8,57%	10,69%							
Espectáculos, teatros...	0,45%	0,00%	1,54%	0,00%	0,00%	0,76%							
Pasear	32,13%	30,45%	36,15%	35,81%	35,71%	30,53%							
Descansar	8,82%	8,97%	8,46%	10,81%	8,57%	3,05%							
Visitar amigos / familia	5,88%	7,69%	1,54%	2,70%	4,28%	3,82%							
Trabajo	2,04%	2,57%	0,77%	2,03%	4,28%	2,29%							
Gastronomía	14,93%	12,82%	20,00%	19,59%	18,57%	12,98%							
Deportes	0,90%	0,96%	0,77%	0,68%	1,43%	0,00%							
Diversión (discotecas, pubs...)	2,04%	2,24%	1,54%	1,35%	2,86%	0,00%							
Visitas culturales	21,72%	25,00%	13,85%	18,24%	15,71%	35,88%							
DATOS ECONÓMICOS													
PRESUPUESTO VIAJE													
Total	534,75	197,43	1362,74	515,8	947,3	456,2							
Diario	73,6	56,84	115,19	82,84	95,63	66,68							
GASTO MEDIO DIARIO													
Dato Media	52,12	51,97	52,51	67,47	62,55	39,02							
NIVEL DE RENTA													
Alta	56,00%	51,39%	67,86%	60,66%	55,88%	56,00%							
Media	37,50%	39,58%	32,14%	36,07%	38,24%	37,33%							
Baja	6,50%	9,03%	0,00%	3,28%	5,88%	6,67%							
OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES													
	Información Señalización	Precios	Carreteras / Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Activ. Culturales	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación ciudad	Tráfico	Aparcamiento
Bien	78,21%	80,42%	89,09%	88,89%	95,38%	91,49%	95,85%	91,37%	91,44%	83,25%	84,62%	34,21%	26,00%
Regular	16,20%	16,40%	9,09%	9,26%	4,62%	8,51%	4,15%	8,63%	8,56%	16,23%	13,74%	47,37%	29,00%
Mal	5,59%	3,17%	1,82%	1,85%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,52%	1,65%	18,42%	45,00%

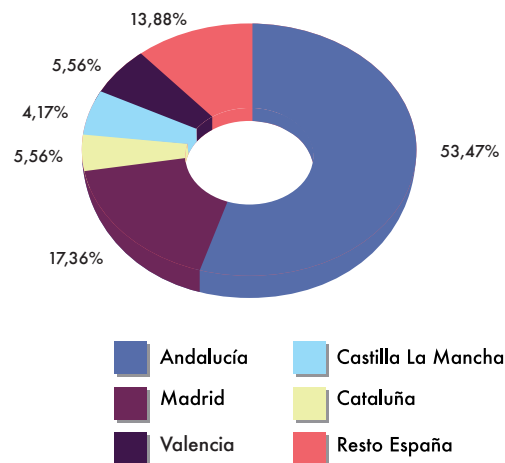
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

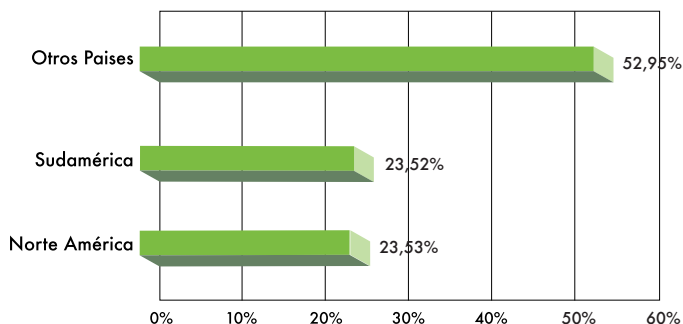
General



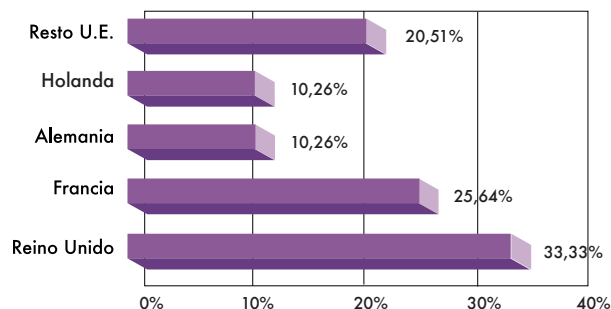
Españoles



Resto del mundo



Europeos



Los datos recogidos por el Observatorio Turístico de Córdoba mediante encuestación directa permiten conocer multitud de aspectos de nuestro turismo.

En lo que se refiere a características de los visitantes, lo primero destacable es la edad. Las dos terceras partes tienen entre 18 y 44 años y, solamente, el 10% más de 45, lo cual pone en evidencia que nuestros turistas pertenecen a cohortes jóvenes y de mediana edad, en las que se incluyen personas recién incorporadas a la actividad laboral o en plenitud de ejercicio de la misma. Siendo este uno de los rasgos distintivos del turismo cordobés, los datos del último trimestre de 2008 muestran cambios de importancia con relación a los del año y trimestre anteriores. El más significativo quizás sea la disminución porcentual de turistas de más de 45 años, que ahora apenas rebasan el 10% cuando tradicionalmente alcanzaban el 30%. En sentido contrario, han aumentado notoriamente los turistas de menos de 18 años, jóvenes y niños. Si ponemos estos datos en relación con la cifra de visitantes y con el descenso experimentado por ellos, la merma de turistas no se ha operado sobre una reducción proporcional de todos los grupos de edades, sino de los de edad más avanzada, sin que ellos sean viejos. El fenómeno ha tenido proporciones similares entre los españoles y los extranjeros, con las salvedades de que estos registran menores porcentajes de jóvenes y de personas de más edad, lo cual es sumamente significativo por cuanto en las

ocasiones precedentes venimos constatando cifras del orden del 30% en los turistas extranjeros de edad superior a 45 años. Una segunda conclusión que obtenemos es que en la aludida disminución del turismo en cifras absolutas ha tenido mucha influencia la disminución de los extranjeros de más edad, imputable al contexto económico y a la consiguiente retracción de los viajes hacia el exterior.

En cuanto a la ocupación de los distintos tipos de hoteles según edad de los turistas, las proporciones son parecidas a las del total de personas de cada grupo, con leves variaciones hacia los establecimientos modestos por parte de los turistas jóvenes. Un dato destacable es que los porcentajes más elevados de no pernoctación en Córdoba los presentan los turistas de 18 a 29 años, lo cual es comprensible en razón de su movilidad, autonomía y capacidad de desplazamiento. Sería de gran interés su captación como huéspedes en Córdoba, por tratarse de grupos muy activos a efectos de asistencia eventos, actuaciones, actividades de diverso tipo, etc. y dinamizadores del hecho turístico.

Respecto a la duración de la estancia advertimos un elevadísimo porcentaje de no pernoctaciones (37,5%). Otro hecho apreciable es que las pernoctaciones cortas (una o dos noches) son las más comunes, pues son las que realizan la mitad de los turistas, advirtiéndose que han aumentado en el último trimestre en detrimento de las de mayor duración, que han bajado del

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

25 al 11% en el transcurso de un año. Los porcentajes de no pernoctación de los turistas españoles y extranjeros en Córdoba aunque son del mismo rango estadístico (38,1 y 35,7%, respectivamente) tienen distinto significado. Para los españoles el hecho de no pernoctar en Córdoba está relacionado con la facilidad de retorno al domicilio; para los extranjeros tal hecho es consecuencia de la inclusión en circuitos de viaje que tienen programado el alojamiento en otras ciudades.

Por tipos de alojamiento apreciamos que lo más común en nuestros turistas es hospedarse en hoteles de cuatro y de tres estrellas, que acogen a casi la mitad de nuestros visitantes. Los hoteles de categorías inferiores y las pensiones alojan a porcentajes muchos menores de turistas, evidenciándose mayor presencia en estos establecimientos de extranjeros.

Característica muy particular del modelo turístico cordobés ha sido y sigue siendo que una elevada cantidad de turistas se aloja en casa de amigos y/o familiares. Así lo declara el 15,2% de los encuestados el cuarto trimestre del año 2008. Si a esta cifra le sumamos la de excursionistas antes referida, llegamos a la conclusión de que el 52,7% de los visitantes no ocupa plaza de hotel en Córdoba durante su estancia. La repercusión económica de este hecho es innegable.

El segundo conjunto de datos de la Encuesta se refiere a la procedencia, modalidad de viaje, medio de transporte, etc.

La modalidad de viaje más común, es en pareja, seguida de la familiar. En el transcurso de los años la primera ha aumentado y la segunda ha disminuido, conforme a las pautas sociológicas de los tiempos, siendo más frecuente en Córdoba la presencia de turismo familiar de origen español. Los turistas que viajan solos se cifran en poco más del 10%, duplicando los extranjeros a los españoles. El viaje con amigos, que es uno de los pilares del turismo de grupos, es una modalidad que practica el 20% de los encuestados.

El medio de transporte utilizado para llegar a Córdoba varía según los turistas. Entre los españoles hay un clarísimo predominio del coche propio (65%) y un moderado uso del tren (27%); entre los extranjeros, lógicamente, el medio más usado es el tren (49%), seguido del coche de alquiler.

Los motivos del viaje a Córdoba son de índole vacacional, particularmente para los turistas extranjeros, y más bien de significado excursionista para los españoles, resaltando en ambos casos las motivaciones culturales de la visita a Córdoba. Las razones de la elección de nuestra ciudad como destino son de índole personal, responden a una iniciativa propia sobre la base de la apreciación cultural de Córdoba o están influidas

por las recomendaciones de amigos o de familiares, teniendo escasísima repercusión la publicidad, folletos, agencias, etc., lo cual tiene de positivo el ser consecuencia de la excelente valoración previa de Córdoba, fundamentada en la percepción ajena o en las vivencias propias.

Los datos económicos ponen de manifiesto algunas de las realidades más negativas del trimestre.

El presupuesto medio del viaje ha bajado considerablemente con relación al cuarto del año 2007 (618 Euros), situándose en 535 Euros. La disminución ha sido espectacular en los turistas españoles, mientras que no ha existido en los extranjeros. La conclusión es clara: nos han visitado muchos turistas españoles con mucha menos disponibilidad de gastos y muchos menos extranjeros con la misma disponibilidad de gasto. El gasto medio efectivo ha sido de 52 Euros diarios, cantidad que representa una disminución del 19,9 % con relación al mismo trimestre de 2007.

Por niveles de renta de los turistas, apreciamos que disminuye de modo claro el porcentaje de quienes se declaran titulares de rentas altas y de rentas bajas, y aumentan los poseedores de rentas medias. Probablemente la comentada disminución del gasto diario haya sido una consecuencia de ello.

En lo que respecta a la procedencia de los turistas podemos concluir que, la mayoría de los extranjeros que nos visitan proceden de la UE. Dentro de ella, el Reino Unido aporta una tercera parte de los turistas extranjeros, seguido de Francia (26%) y, en cantidad mucho menor, de Alemania y Países Bajos. De los ámbitos no europeos, la mitad de los turistas proceden de América. Si hace algunos lustros la mayoría de estos eran norteamericanos, hoy éstos representan un porcentaje menor y están igualados numéricamente con los sudamericanos.

Respecto al turismo español, lo más destacado es que la mitad de sus integrantes son de procedencia andaluza, concretamente el 53,5%, seguidos de los madrileños. A distancias numéricas considerables quedan Cataluña, Valencia y Castilla – La Mancha, que también son importantes emisoras de turistas hacia Córdoba.

Se concretan, pues, en el trimestre de referencia y probablemente en concordancia con la crisis económica que padecemos, unas debilidades de nuestro modelo turístico dignas de mención. Tales son la disminución del turismo extranjero, la excesiva participación en el mismo del turismo de base regional, así como la concurrencia de muchos visitantes madrileños, que por razones de accesibilidad son más excursionistas en nuestra ciudad que turistas propiamente dichos.



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

ALCÁZAR DE LOS REYES CRISTIANOS		CONJ. ARQUEOLÓGICO MEDINA AZAHARA		SINAGOGA		MEZQUITA - CATEDRAL					
VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07				
OCTUBRE	27.908	9,37%	OCTUBRE	16.896	-9,75%	OCTUBRE	48.600	10,71%	OCTUBRE	112.809	-8,10%
NOVIEMBRE	17.770	-18,11%	NOVIEMBRE	14.936	-12,50%	NOVIEMBRE	30.900	-3,29%	NOVIEMBRE	66.233	-16,28%
DICIEMBRE	13.848	-35,01%	DICIEMBRE	10.590	-28,85%	DICIEMBRE	22.850	2,24%	DICIEMBRE	55.057	-18,50%
TOTAL TRIM.	59.526	-13,13%	TOTAL TRIM.	42.422	-16,29%	TOTAL TRIM.	102.350	4,23%	TOTAL TRIM.	234.099	-13,11%
TORRE DE LA CALAHORRA		MUSEO TAURINO		MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES		MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO					
VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07				
OCTUBRE	8.638	268,67%	OCTUBRE	cerrado	--	OCTUBRE	6.062	12,93%	OCTUBRE	7.069	66,09%
NOVIEMBRE	5.077	223,99%	NOVIEMBRE	cerrado	--	NOVIEMBRE	4.348	-27,80%	NOVIEMBRE	6.731	26,83%
DICIEMBRE	5.183	236,56%	DICIEMBRE	cerrado	--	DICIEMBRE	4.039	-13,47%	DICIEMBRE	5.772	19,78%
TOTAL TRIM.	18.898	246,75%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	14.449	-10,02%	TOTAL TRIM.	19.572	36,09%
MUSEO DE BELLAS ARTES		JARDÍN BOTÁNICO		MUSEO DIOCESANO		BAÑOS CALIFALES					
VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07				
OCTUBRE	6.971	21,32%	OCTUBRE	1.882	-27,84%	OCTUBRE	cerrado	--	OCTUBRE	5.520	15%
NOVIEMBRE	5.007	-17,62%	NOVIEMBRE	4.111	7,39%	NOVIEMBRE	cerrado	--	NOVIEMBRE	3.710	-25,74%
DICIEMBRE	4.473	-18,44%	DICIEMBRE	5.947	-2,72%	DICIEMBRE	cerrado	--	DICIEMBRE	3.835	-29,71%
TOTAL TRIM.	16.451	-4,95%	TOTAL TRIM.	11.940	-4,85%	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	13.065	-14,34%
PALACIO DE VIANA		TOTAL DE VISITANTES									
VISITAS	%var/07	VISITAS	%var/07								
OCTUBRE	2.727	-49,48%	OCTUBRE	245.082	1,52%						
NOVIEMBRE	1.504	-55,25%	NOVIEMBRE	160.327	-11,42%						
DICIEMBRE	1.266	-43,13%	DICIEMBRE	132.860	-15,05%						
TOTAL TRIM.	5.497	-49,96%	TOTAL TRIM.	538.269	-7,00%						

La actividad cultural cordobesa ha experimentado durante el último trimestre del año, en términos generales, un retroceso del 7% respecto a las cifras obtenidas en el mismo periodo de 2007, poniendo fin al dinamismo de que estaba siendo testigo esta variable.

Al final, los centros culturales de la capital han tenido que rendirse ante los efectos de la crisis económica internacional aunque, como ya vimos en boletines anteriores, las consecuencias han tardado más en producirse en nuestro sector turístico que en otras actividades económicas.

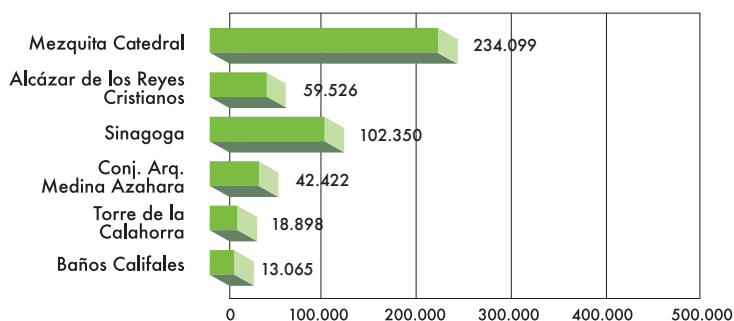
De forma agregada, se ha recibido la visita de 538.269 personas con fines culturales. El máximo de afluencia se produce en Octubre (el 45% del total de visitantes) y además, es el único mes que registra evolución positiva (incremento del 1,52%). En el extremo totalmente opuesto se encuentra Diciembre (-15,05%).

La discriminación en función del tipo de centro vuelve a destacar la supremacía de los monumentos en cuanto a número de

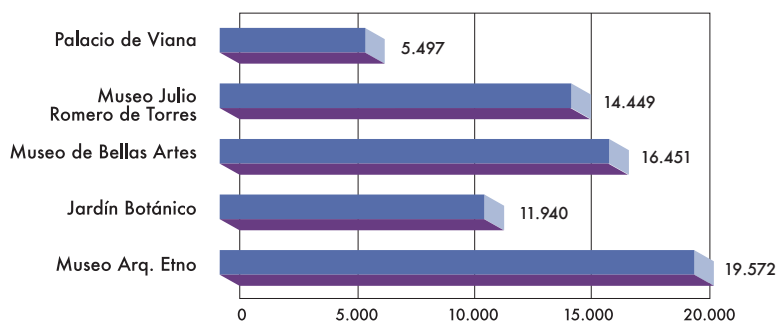
entradas registradas (87,38%), sin embargo, también es el colectivo que ha visto caer, en mayor medida, su índice de visitas (-7,32%). Por su parte, los museos cordobeses reciben al 12,62% de las visitas restantes y, en términos absolutos pierden, respecto al mismo periodo de 2007, un 4,73%.

El desglose de la tabla de resultados revela que todos los monumentos cordobeses han sufrido las consecuencias del descenso de la actividad turística, a excepción de la Sinagoga que, según las estadísticas, ha recibido durante el cuarto trimestre de 2008 un 4,23% más de visitantes que en 2007. La Torre de la Calahorra no es que haya experimentado un crecimiento tan acusado, sino que recupera su actividad habitual, una vez concluidas las obras de restauración. Entre los museos es digna de mención la gran afluencia de visitantes de que ha sido testigo el Museo Arqueológico, registrando un incremento superior al 36%.

Visita a monumentos



Visita a museos



DEMANDA HOTELERA

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2008	Var/07	2008	Var/07
OCTUBRE	68.457	-9,02%	108.131	-9,50%
NOVIEMBRE	49.428	-13,54%	81.884	-13,45%
DICIEMBRE	39.483	-22,66%	69.779	-22,30%
TOTAL TRIM.	157.368	-14,22%	259.794	-14,51%

Fuente: INE

El capítulo de demanda hotelera cierra el boletín del cuarto trimestre del año bajo un contexto generalizado de crisis. En boletines anteriores ya comentábamos el debilitamiento que estaba sufriendo el sector turístico, sin embargo, la situación se agrava conforme transcurren los meses, como puede apreciarse en la tabla de viajeros y pernoctaciones.

Según los datos aportados por el INE, Córdoba ha recibido un 14,22% menos de viajeros que en el mismo trimestre de 2007, lo que supone una merma superior a 26.000 turistas. Las pernoctaciones muestran un comportamiento porcentual casi idéntico a la variable anterior, una reducción del 14,51%, sin embargo, en términos absolutos el descenso parece mucho más acusado al contabilizarse 44.000 pernoctas menos. El trimestre comienza con una caída de viajeros y pernoctaciones del 9%, supera el 13% en Noviembre y desciende hasta el 22% en Diciembre, que se convierte en el mes más desfavorable del ejercicio.

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2008	Var/07	2008	Var/07
OCTUBRE	1,58	-0,63%	60,36%	-11,63%
NOVIEMBRE	1,66	0,00%	48,24%	-16,73%
DICIEMBRE	1,77	0,57%	39,10%	-26,30%
TOTAL TRIM.	1,65	-0,34%	49,23%	-17,62%

Fuente: INE

La estancia media es el indicador que menos desequilibrios presenta, consecuencia de la similitud en la conducta de viajeros y pernoctaciones. La estancia media trimestral se ha cifrado en 1,65 noches, lo que supone una merma del 0,34%. Contradictoriamente a las variables anteriores, Diciembre es el mes con mejor evolución porque, aunque su trayectoria sea moderada, es positiva (+0,57%).

Respecto al grado de ocupación, las dos fuentes de que disponemos, INE y Hostecor, vuelven a dar cifras casi idénticas:

El INE estima su ocupación en el 49,23% y HOSTECOR en el 50,79% con caídas, en ambos casos, del 17,6%.

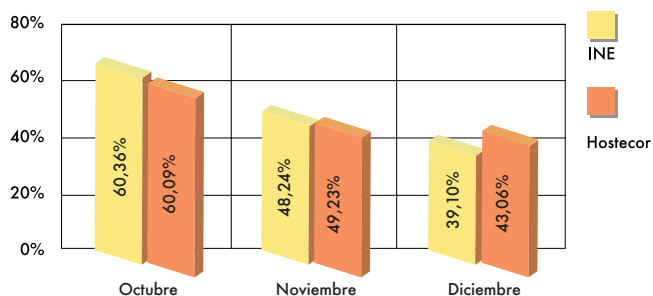
Discriminado por categorías podemos concluir que los establecimientos de más estrellas son los que ven alterados en menos cuantía sus niveles de ocupación (en torno el 59%), mientras que los hoteles de dos estrellas pierden un 19% de ocupación y los de categoría inferior el 17%.

GRADO DE OCUPACIÓN (%)

	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07	2008	var/07
OCTUBRE	60,09%	-17,88%	67,15%	-11,24%	63,20%	-0,47%	50,30%	-16,79%	59,70%	-5,98%
NOVIEMBRE	49,23%	-18,21%	58,90%	-1,09%	54,40%	-3,20%	40,60%	-21,26%	43,00%	-23,49%
DICIEMBRE	43,06%	-16,50%	52,75%	-1,38%	43,60%	-15,50%	36,40%	-19,65%	39,50%	-23,45%
TOTAL TRIM.	50,79%	-17,60%	59,60%	-5,24%	53,73%	-5,90%	42,43%	-19,08%	47,40%	-16,99%

Fuente: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor

