

# OBSERVATORIO TURÍSTICO DE CÓRDOBA

1º Trimestre 2004  
BOLETÍN Nº 9

## IMPORTANTE INCREMENTO DE VISITANTES Y EXCELENTE VALORACIÓN DE LA CIUDAD.

Conforme a los caracteres de nuestro modelo turístico, el primer trimestre del año constituye la estación baja. En este contexto han de interpretarse los datos que se acompañan, los cuales nos permiten extraer importantes conclusiones.

La primera de ellas es la muy satisfactoria realidad del crecimiento de la cifra de visitantes hasta 143.210, que suponen un aumento de casi el 20% con relación al mismo período del año anterior. Y si bien el expresado porcentaje ha de matizarse, pues parte de la cifra excepcionalmente baja del año anterior (clima prebélico de Irak), lo cierto es que supone el máximo absoluto de visitantes registrado durante el primer trimestre en los años de funcionamiento del Observatorio Turístico.

El segundo dato que constatamos es alusivo a las pernoctaciones, que muestran una realidad muy positiva en cuanto a número y crecimiento, aunque en esencia expresa una tendencia no demasiado favorable, ya que aumentaron en proporción menor (18,96%) que los viajeros (19,73%).

Según los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera, la estancia media en Córdoba fue de 1,49 noches, y según la estimación propia del Observatorio de 1,4 noches por término medio y de 1,81 en los hoteles. Estos dos últimos datos expresan un balance que habrá que mejorar, pues evidencian un acortamiento de la estancia de nuestros turistas en Córdoba. Como sabemos, ésta es una de las grandes debilidades de nuestro turismo y para cuya solución resulta imprescindible promover iniciativas conducentes a la ampliación de la oferta, a integrar la capital y provincia a fin de diversificar la oferta temática y territorialmente en beneficio mutuo, a configurarla de modo que Córdoba sea percibida bajo un perfil propio, sin subordinación a las ciudades de nuestro entorno geográfico.

Todo ello repercute en el grado de ocupación hotelera, que según los datos aportados por el INE supuso durante el primer trimestre el 41,32%, con un aumento del 4,21% y según Hostecor poco más del 50%, que estima un retroceso respecto al año anterior del 0,93%.

El gasto medio efectuado por los turistas se estima en 53,91 Euros (incremento nominal superior al 15%), cantidad que representa una magnitud discreta cuyo principal aspecto positivo es evidenciar una recuperación respecto a 2003.

Los datos de visitas a monumentos y museos son precisos e invitan a la reflexión, por cuanto son exponentes de la dimensión cultural de nuestro turismo. El parco crecimiento de la cifra de visitantes muestra nuevamente el carácter monumental de Córdoba e indica que la frecuentación ha disminuido y que los turistas se concentran en los más emblemáticos, lo que ha influido en el retroceso de las visitas a museos, que nos ilustra sobre la inadecuación de la oferta a las demandas de un turismo que visita la ciudad demasiado deprisa.

Conclusión importante también es la que se desprende de los datos de procedencia de los turistas, pues partiendo de una relación 60 a 40 a favor de los extranjeros en los primeros meses de 2002, hoy hemos llegado a una proporción de 75 a 25 favorable a los españoles. Ello tiene claras repercusiones en el sector y nos compromete tanto a recuperar los mercados perdidos como a buscar otros sustitutos.

Como última conclusión, los datos ponen de manifiesto la excelente valoración de Córdoba por los visitantes, que en su dimensión estadística arroja cifras récord y en su dimensión cualitativa son exponente del buen hacer y garantía de retorno de nuestros visitantes.

En definitiva, un trimestre marcado por un notable aumento del número de turistas a nuestra ciudad, por la excelente valoración de la misma, la moderada recuperación del gasto y, en sentido negativo, por la retracción del turismo extranjero y la cortedad de la estancia.

## EL TRIMESTRE EN CIFRAS

VIAJEROS (EOH)	PERNOCTACIONES (EOH)		OCUPACIÓN HOTELERA		ESTANCIA MEDIA (EOH)		ESTANCIA MEDIA (propia)	
	INE	HOSTECOR			TOTAL	HOTELES		
143.120	213.145	41,32%	50,09%	1,49 noches		1,4 noches	1,81 noches	
19,73%	18,96%	4,21%	-0,93%	-0,64%				
GASTO MEDIO DIARIO	VISITAS MONUMET. / MUSEOS		VALORACIÓN DE CÓRDOBA		PROCEDENCIA		DURACIÓN ESTANCIA	
53,91 €	MONUMENTOS	MUSEOS	BIEN	81,42%	España	75,51%	Sin Pernocta	31,73%
	361.690	65.976	REGULAR	15,92%	Resto Europa	18,18%	1 - 2 noches	54,55%
	1,85%	-11,40%	MAL	2,66%	Resto Mundo	6,31%	+ 3 noches	13,72%

## Encuesta de Coyuntura a la Demanda.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA						
	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCTA
<b>PERFIL</b>						
<b>EDAD</b>						
Menor de 18 años	1,12	0,98	1,53	-	-	2,92
18 - 29 años	39,78	40,79	36,64	25,81	55,13	42,11
30 - 39 años	29,74	28,75	32,82	33,64	33,33	25,15
40 - 49 años	16,73	16,71	16,79	22,12	7,69	18,13
50 - 59 años	9,85	10,07	9,16	13,82	2,56	9,94
60 años y más	2,79	2,70	3,05	4,61	1,28	1,75
<b>DURACIÓN ESTANCIA</b>						
Sin Pernoctación	31,73	28,99	40,15	-	-	100,00
1 - 2 noches	54,55	56,51	48,48	85,78	80,77	-
3 - 7 noches	13,17	14,00	10,61	13,76	19,23	-
Más de 7 noches	0,55	0,49	0,76	0,46	-	-
Media	1,40	1,43	1,33	1,86	1,76	-
<b>TIPO DE ALOJAMIENTO</b>						
Hoteles 3 y 4 *	59,51	64,58	41,25	-	-	-
Hoteles 1 y 2 *	11,14	9,38	17,50	-	-	-
Pensión	10,05	6,60	22,50	-	-	-
Casa amigos o familiares	11,41	12,85	6,25	-	-	-
Resto	7,88	6,60	12,50	-	-	-
<b>EFFECTUÓ RESERVA</b>						
Sí	69,65	66,75	78,63	97,71	82,89	40,35
No	30,35	33,25	21,37	2,29	17,11	59,65
<b>TIPO DE RESERVA</b>						
Viaje organizado por agencia	12,83	9,59	21,36	14,55	3,17	20,29
Alojamiento por agencia	25,67	34,32	2,91	40,85	11,11	-
Alojamiento directamente	22,46	28,78	5,83	24,41	39,68	2,90
Transporte por agencia	16,84	12,55	28,16	12,21	12,70	30,43
Transporte directamente	22,19	14,76	41,75	7,98	33,33	46,38
<b>DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA</b>						
<b>LUGAR DE RESIDENCIA</b>						
España	75,51	--	--	85,32	58,97	69,01
Europa	18,18	--	--	10,09	29,49	22,81
Resto del mundo	6,31	--	--	4,59	11,54	8,19
<b>GRUPO</b>						
Solo	11,34	9,11	18,18	1,38	16,67	11,11
Pareja	47,58	51,48	35,61	61,75	44,87	39,77
Familia	15,43	13,30	21,97	17,97	8,97	17,54
Amigos	25,65	26,11	24,24	18,89	29,49	31,58
<b>TIPO DE VIAJE</b>						
De ocio o descanso	92,92	94,32	88,64	97,25	89,47	89,47
De incentivos o congresos	--	--	--	--	--	--
De circuito	0,37	--	1,52	--	2,63	--
Deportivo	0,19	0,25	--	--	1,32	--
Salud	2,61	1,98	4,55	0,46	2,63	2,92
Trabajo	2,42	2,72	1,52	2,29	1,32	4,09
Estudios	1,49	0,74	3,79	--	2,63	3,51
<b>ÚLTIMO MEDIO TRANSPORTE</b>						
Coche propio	53,53	67,49	10,61	58,72	46,75	49,71
Coche alquilado	7,99	0,74	30,30	4,13	10,39	14,62
Avión regular	-	-	-	-	-	-
Autobús regular	-	-	-	-	-	-
Autobús discrecional	8,36	5,17	18,18	1,38	18,18	8,19
Motocicleta	5,58	5,42	6,06	2,29	5,19	10,53
Tren	24,54	21,18	34,85	33,49	19,48	16,96
<b>CÓMO ELIGIÓ DESTINO</b>						
Recomendación agencia via	4,96	2,77	11,38	6,25	4,41	5,81
Recomend. amigos o familia	51,24	49,58	56,10	53,13	55,88	45,16
Experiencia propia	28,10	36,29	4,07	28,13	19,12	30,97
Folleto turístico	2,69	1,11	7,32	3,65	4,41	0,65
Oferta o folleto touroperador	1,24	0,83	2,44	1,56	0,00	1,94
Publicidad o información M C	3,51	2,22	7,32	3,65	10,29	1,29
Clubes o asociaciones	5,79	6,65	3,25	2,60	1,47	10,97
Internet	2,48	0,55	8,13	1,04	4,41	3,23
<b>MOTIVO DE LA VISITA</b>						
Precios	0,56	0,75	0,00	0,46	0,00	1,19
Descansar	12,76	14,71	6,82	18,52	14,10	4,76
Visita Monumentos	51,59	47,88	62,88	57,87	51,28	57,14
Espectáculos / festivales	2,44	2,99	0,76	2,31	5,13	1,19
Gastronomía	6,94	5,49	11,36	11,11	8,97	1,79
Idiomas / cursos	2,06	1,00	5,30	0,93	1,28	1,79
Conocer la ciudad	66,98	62,84	79,55	73,15	76,92	61,31
Visitar amigos / familia	15,95	19,45	5,30	8,80	5,13	13,10
Compras	0,19	0,25	0,00	0,00	0,00	0,60
Sanitarios	0,94	1,25	0,00	0,46	1,28	1,19
<b>DATOS ECONÓMICOS</b>						
<b>PRESUPUESTO VIAJE</b>						
Total	402,61	221,87	964,29	395,45	531,31	378,63
Diario	69,34	59,29	100,54	77,30	64,07	61,86
<b>GASTO MEDIO DIARIO</b>						
Dato Media	53,91	52,13	59,37	71,40	53,48	35,70
<b>NIVEL DE RENTA</b>						
Alta	52,53	47,28	68,99	56,68	44,87	48,52
Media	39,77	44,55	24,81	38,25	43,59	42,60
Baja	7,69	8,17	6,20	5,07	11,54	8,88

### OPINIONES: LO MEJOR Y PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES

	Hospitalidad y trato	Alojamiento	Comida	Carreteras / Comunicaciones	Seguridad ciudadana	Conservación Ciudad	Limpieza	Activ. Culturales	Zona Comercial	Tráfico y Aparcamiento	Información Señalización	Precios
Bien	97,26	93,12	96,44	83,05	87,50	74,57	81,48	94,92	84,46	37,32	72,24	74,69
Regular	2,74	6,88	3,56	15,72	12,24	24,44	18,02	4,24	15,20	40,82	23,83	23,34
Mal	0,00	0,00	0,00	1,23	0,26	0,99	0,49	0,85	0,34	21,87	3,93	1,97

## Encuesta de Coyuntura a la Demanda

La Encuesta de Coyuntura a la demanda es un indicador fundamental a la hora de analizar los datos obtenidos y agregados de los turistas que visitan la ciudad.

La primera variable objeto de estudio muestra el carácter joven de nuestros visitantes, ya que casi el 71% de ellos se sitúa por debajo de los 40 años. En el polo opuesto se encuentran los turistas de más de 60 años, que apenas han sobrepasado el 2,7%.

El análisis conjunto edad-tipo de alojamiento revela que los turistas de hasta 29 años suelen decantarse por establecimientos hoteleros de menor calidad, dado que cuentan con un presupuesto más reducido, mientras que a partir de la treintena se busca mayor confort, lo que hace que el tipo de alojamiento preferido sean los hoteles de tres y cuatro estrellas.

Los datos relativos a la duración de la estancia muestran una tendencia desfavorable ya que casi el 32% de nuestros visitantes no pernoctan en la ciudad. De ellos, el 45% son menores de 30 años, dato que resulta de especial interés a la hora de planificar y poner en marcha medidas adecuadas que lleven a retener a este colectivo de turistas en Córdoba, dado que su peso en el montante total de quienes nos visitan es fundamental para nuestra ciudad.

El dato menos alentador es que la estancia media ha disminuido considerablemente, situándose en 1,4 noches, lo que podemos achacar a dos razones fundamentales: la caída producida en el volumen de pernoctaciones extranjeras, que han representado menos del 60%, y que casi el total de dichas pernoctaciones han tenido una duración de 1 o 2 noches.

El aspecto favorable es que los nacionales han pernoctado más en Córdoba, aunque la duración se decanta nuevamente y por mayoría entre 1 y 2 noches.

En lo que respecta a reservas efectuadas, se observa un notable crecimiento, siendo el alojamiento la partida que se lleva un mayor porcentaje, sobre todo los establecimientos hoteleros de máxima categoría.

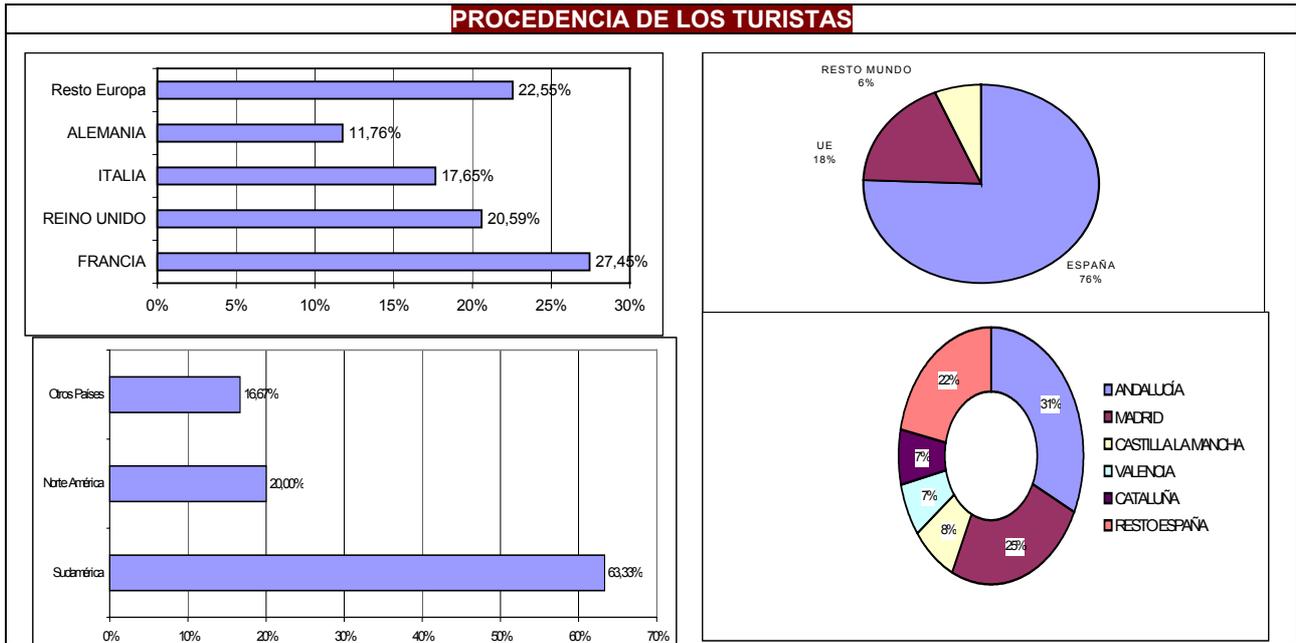
La segunda parte del análisis de la demanda nos lleva a destacar nuevamente el carácter nacional del turista que visita Córdoba, puesto que el 75,5% de los visitantes afirmó ser español. La nota negativa es la pérdida de turismo extranjero, y en especial europeo que se viene produciendo desde 2002.

La modalidad de viaje preferida por los turistas ha sido en pareja o amigos, siendo la finalidad fundamental del mismo por ocio o descanso, donde el coche y el tren han sido los medios de transporte elegidos por la inmensa mayoría para visitar nuestra ciudad. Más de la mitad de los encuestados se han decantado por Córdoba gracias a las recomendaciones de amigos o familiares, por lo que habrá que aunar esfuerzos para actualizar y mejorar continuamente nuestra oferta turística de forma que satisfaga de la mejor manera posible las necesidades de quienes nos visitan.

El tercer grupo de datos que recoge la encuesta es de naturaleza económica, donde los resultados obtenidos se pueden resumir en tres puntos: la continua caída que se viene registrando en el presupuesto de los turistas; el aumento respecto al primer trimestre de 2003 en el gasto medio diario (superior a los 7 Euros), que ha sido de 54 Euros; y el mantenimiento de los niveles de renta registrados, que pese a ser mayoritarios los de renta alta, se han reducido respecto a trimestres anteriores a favor de las rentas medias, lo que explica en parte los descensos experimentados en el presupuesto y gasto de nuestros turistas.

La Encuesta de Coyuntura finaliza con la valoración de la ciudad por parte de los visitantes, que vuelve a ofrecer datos altamente satisfactorios, tanto, que las opiniones obtenidas han sido las más favorables desde que se inició el Observatorio Turístico. Así, las mejores puntuaciones corresponden a "hospitalidad y trato" y "comida", mientras que los problemas de "tráfico y aparcamiento" son la nota discordante en la generalizada valoración, por lo que habrá que prestarle especial interés para tratar de potenciar su mejora de cara al turista.

## Encuesta de Coyuntura a la Demanda



Los turistas que vinieron a Córdoba durante el primer trimestre del año 2004 eran españoles en sus tres cuartas partes y extranjeros en la cuarta parte restante.

Este dato marca el final de una evolución muy rápida, operada en el curso de los dos últimos años, en la cual se han producido cambios notables en la procedencia de los turistas. Así, en el primer trimestre del año 2002, los extranjeros suponían el 60% de los turistas y los españoles el 40% restante; en 2003 se habían invertido las proporciones manteniéndose los términos (40% de extranjeros y 60% de españoles) y en la actualidad, como queda dicho, 76% de españoles y 24% de extranjeros.

A la vista de los expresados datos, la retracción del turismo extranjero es una realidad innegable y cuyas consecuencias en todos los órdenes de cosas son patentes (acortamiento de la estancia, aumento de las no pernoctaciones, disminución del gasto, etc.), pues aunque numéricamente han sido sustituido por turistas españoles, nuestros compatriotas tienen un perfil diferente.

La disminución de los turistas extranjeros no se ha operado proporcionalmente por nacionalidades, sino que es resultado de una espectacular reducción de las cifras de visitantes norteamericanos y alemanes. Hasta hace dos años, los primeros suponían más de la mitad de los turistas no europeos que visitaban Córdoba, mientras que hoy no llegan al 17%; los alemanes alcanzaron casi el 30% de la cuota de turistas europeos y hoy no alcanzan el 12%. La explicación de ello hay que buscarla en la caída de los flujos turísticos norteamericanos hacia el exterior y en el cambio de destino de los turistas alemanes hacia otros lugares de Europa, particularmente hacia las ciudades de los antiguos países del Este, que verán favorecida su condición de receptores turísticos con su ingreso en la Unión Europea.

Ni que decir tiene que urge recuperar ambos mercados por su significado cuantitativo y cualitativo, y mantener nuestra presencia en los restantes países a fin de que no disminuya la demanda procedente de ellos.

En lo que a turistas españoles respecta, su mayor presencia en Córdoba ha sido consecuencia estadística de la disminución de los extranjeros. Por lugares de residencia destaca el hecho de que una tercera parte de nuestros visitantes son andaluces y la cuarta parte madrileños. Ambos hechos son muy ilustrativos; el primero del significado regional del turismo cordobés, el segundo de la accesibilidad y grado de comunicación entre Córdoba y Madrid, que si bien facilita la venida, también agiliza el regreso.

Porcentajes interesantes ofrecen las comunidades de Cataluña y Valencia, debiendo conferírseles una especial atención como proveedoras de turistas, en razón de su condición de áreas urbanas con gran movilidad turística y de su nivel de desarrollo económico y poder adquisitivo.

## Principales Lugares de Interés

VISITANTES DE LOS 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
ENERO	15.707	15,08%	ENERO	9.459	35,83%	ENERO	2.000	-50,00%	ENERO	3.499	-13,24%
FEBRERO	22.377	5,92%	FEBRERO	15.566	49,58%	FEBRERO	5.000	-41,18%	FEBRERO	4.239	-27,11%
MARZO	30.636	-13,37%	MARZO	19.468	1,02%	MARZO	18.000	-41,56%	MARZO	3.932	-32,29%
TOTAL TRIM.	68.720	-2,02%	TOTAL TRIM.	44.483	21,42%	TOTAL TRIM.	25.000	-42,26%	TOTAL TRIM.	11.670	-25,46%
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
ENERO	3.743	12,37%	ENERO	2.009	25,17%	ENERO	3.324	-	ENERO	1.059*	-
FEBRERO	6.624	-0,50%	FEBRERO	2.548	28,43%	FEBRERO	4.863	-	FEBRERO	1.100*	-
MARZO	9.432	2,11%	MARZO	3.913	23,52%	MARZO	5.054	-	MARZO	1.987	-31,84%
TOTAL TRIM.	19.799	2,99%	TOTAL TRIM.	8.470	25,35%	TOTAL TRIM.	13.241	-	TOTAL TRIM.	4.146	-
MUSEO DE BELLAS ARTES			MUSEO DIOCESANO			JARDÍN BOTÁNICO					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
ENERO	3.414	101,30%	ENERO	801	2,96%	ENERO	2.064	7,00%			
FEBRERO	5.408	10,82%	FEBRERO	776	-5,13%	FEBRERO	2.844	-57,51%			
MARZO	5.494	-43,49%	MARZO	988	-28,15%	MARZO	5.718	-16,12%			
TOTAL TRIM.	14.316	-12,16%	TOTAL TRIM.	2.971	-13,67%	TOTAL TRIM.	10.626	-31,18%			
MEZQUITA - CATEDRAL			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLÓGICO			TOTAL VISITANTES					
	VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03		VISITAS	%var/03
ENERO	41.725	22,98%	ENERO	2.316	16,85%	ENERO	86.737	12,95%			
FEBRERO	55.157	14,31%	FEBRERO	5.076	-	FEBRERO	130.468	0,97%			
MARZO	95.136	8,15%	MARZO	4.814	-	MARZO	199.758	-10,64%			
TOTAL TRIM.	192.018	12,85%	TOTAL TRIM.	12.206	-	TOTAL TRIM.	427.666	-0,44%			

Durante el primer trimestre del año 2004 se han contabilizado 427.666 visitas a monumentos y museos, repartidas en un 85 y 15%, respectivamente, lo cual, pone de manifiesto que la dimensión cultural de nuestra ciudad es mucho más monumental que museística.

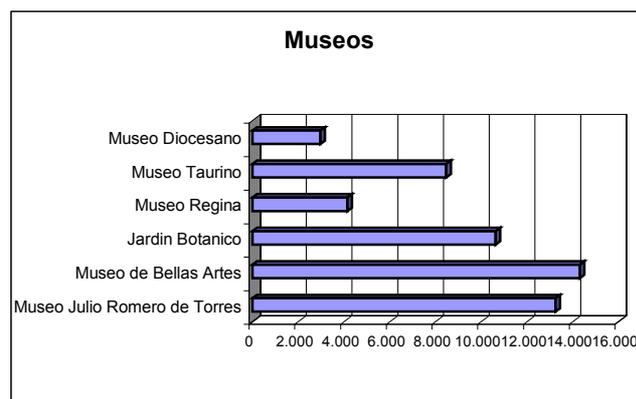
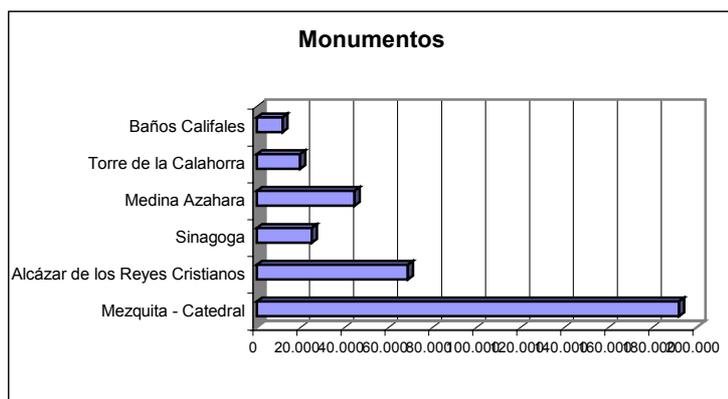
Entre los monumentos destaca la Mezquita-Catedral pues concentra el 53% del total de las visitas, siendo el monumento que más atrae a los turistas y que en mayor medida proyecta el símbolo de la ciudad, le sigue el Alcázar de los Reyes Cristianos, complementario del anterior y beneficiario de la cercanía. El tercer lugar lo ocupa el conjunto arqueológico de Medina Azahara, que ha visto crecer la afluencia de visitantes gracias a los medios de transporte impulsados por el Consorcio de Turismo de Córdoba.

Respecto a los museos, los primeros lugares se los disputan el de Bellas Artes y el de Julio Romero de Torres, mientras que el Museo Regina ha disminuido sus visitas al haber permanecido cerrado por obras durante más de un mes.

Como notas de conjunto cabe destacar que la distribución temporal de las visitas no es uniforme, sino que experimenta un mínimo en Enero y un máximo en Marzo, en sincronía con la evolución del número de visitantes.

Y en lo que se refiere a la valoración de la afluencia de los turistas a monumentos y museos, ha de señalarse con preocupación que el coeficiente que expresa la relación turistas / visitas se situó en el último trimestre en el valor 2,98, que representa el mínimo registrado por el Observatorio Turístico, lo cual viene a poner de manifiesto una disminución del interés cultural de nuestros visitantes o una menor disponibilidad de tiempo para ello en razón de la premura de la visita a nuestra ciudad.

Tanto en un caso como en otro se impone el análisis y la reflexión sobre el problema, tratando de dotar a nuestros museos, que son un excelente continente, de nuevos contenidos (exposiciones temporales, eventos, conferencias, etc.) que revaloricen lo existentes y los rediman de la postergación en que se hallan en las preferencias de los turistas.



## Demanda Hotelera

VIAJEROS Y PERNOCTACIONES EN HOTELES Y PENSIONES				
FUENTE: INE	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2004	var/03	2004	var/03
<b>ENERO</b>	35.142	28,70%	54.622	31,49%
<b>FEBRERO</b>	44.527	17,89%	68.132	19,85%
<b>MARZO</b>	63.451	16,51%	90.391	11,89%
<b>TOTAL TRIM.</b>	143.120	19,73%	213.145	18,96%

Los 143.120 visitantes que tuvo Córdoba durante el primer trimestre de 2004 generaron 213.145 pernoctaciones, suponiendo ambas cifras un crecimiento considerable con relación al año anterior, si bien algo más moderado en las pernoctaciones que en las estancias. Tanto unas como otras evolucionaron de modo creciente de Enero a Marzo, mes éste que casi duplicó las cifras de visitantes del mes de Enero, observándose asimismo y en otro orden de cosas, que mientras en Enero las pernoctaciones aumentaron en una proporción mayor que las visitas, en Marzo sucedió lo contrario.

Los datos específicos de estancia media atestiguan y vienen a mostrar una vez más, una de las grandes debilidades de nuestro sector turístico, cual es la cortedad en la estancia que, en promedio, se cifra en 1,49 noches. En consonancia con ello, los grados de ocupación hotelera también fueron muy moderados (32% en Enero y 51% en Marzo), detectándose la novedad de que la ocupación aumentó con relación al año anterior en Enero y disminuyó en Marzo.

ESTANCIA MEDIA Y GRADO DE OCUPACIÓN				
FUENTE: INE	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2004	var/03	2004	var/03
<b>ENERO</b>	1,55	1,97%	31,67	18,70%
<b>FEBRERO</b>	1,53	2,00%	41,51	2,37%
<b>MARZO</b>	1,42	-4,05%	50,78	-0,18%
<b>TOTAL TRIM.</b>	1,49	-0,64%	41,32	4,21%

En cuanto a distribución por categorías y pese a que sólo disponemos de las estimaciones facilitadas por HOSTECOR, los grados de ocupación hotelera siguen la pauta temporal de los flujos turísticos, apreciándose que en general los hoteles han disminuido su ocupación con respecto a 2003, si bien, en un porcentaje poco significativo: -0,93%.

El porcentaje de disminución no ha sido equivalente para todos los tipos de establecimientos, sino que ha sido mayor en los hoteles de una estrellas (preferidos por los turistas extranjeros y por los jóvenes). Los establecimientos de categorías superiores han mantenido unos niveles de ocupación más altos, alojando a huéspedes de nacionalidad española en su mayor parte.

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
<b>ENERO</b>	38,65	5,72%	44,70	0,79%	45,05	20,68%	26,29	7,17%	38,54	-3,65%
<b>FEBRERO</b>	50,50	-3,18%	60,84	-3,20%	58,56	3,94%	37,71	0,45%	44,89	-13,51%
<b>MARZO</b>	61,23	-2,93%	66,96	-6,86%	70,58	4,42%	53,84	-8,39%	53,13	-0,93%
<b>TOTAL TRIM.</b>	50,09	-0,93%	57,50	-3,68%	58,06	8,02%	39,28	-2,48%	45,52	-6,16%

