

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

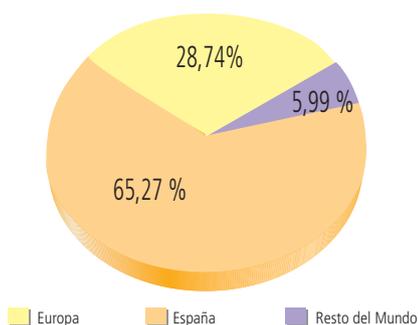
CARACTERÍSTICAS DEL TURISTA QUE VISITA CÓRDOBA

	TOTAL	NACIONALES	EXTRANJEROS	HOTELES 3 Y 4 *	RESTO HOTELES	NO PERNOCITA						
PERFIL												
EDAD												
Menor de 10 años	8,63%	9,88%	8,15%	9,82%	12,70%	8,85%						
10 - 18 años	10,79%	11,72%	10,00%	11,63%	8,47%	15,93%						
18 - 29 años	23,74%	23,91%	21,85%	9,46%	23,81%	16,81%						
30 - 44 años	30,94%	27,82%	35,18%	38,18%	33,33%	29,20%						
45 - 65 años	21,58%	22,07%	20,74%	25,09%	17,46%	24,78%						
65 años y más	4,32%	4,60%	4,07%	5,82%	4,23%	4,42%						
DURACIÓN ESTANCIA												
Sin Pernoctación	16,22%	19,43%	12,04%	0,00%	0,00%	100,00%						
1 - 2 noches	60,11%	55,41%	67,02%	77,25%	77,24%	0,00%						
3 - 7 noches	23,09%	24,20%	20,94%	22,75%	22,76%	0,00%						
Más de 7 noches	0,57%	0,96%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%						
Media	1,90	1,93	1,8	1,99	1,99							
TIPO DE ALOJAMIENTO												
Hoteles 3 y 4 *	43,25%	42,29%	43,37%	100,00%	0,00%	0,00%						
Hoteles 1 y 2 *	13,50%	13,83%	13,86%	0,00%	47,97%	0,00%						
Pensión	14,65%	8,70%	24,70%	0,00%	52,03%	0,00%						
Casa amigos o familiares	16,02%	24,51%	4,82%	0,00%	0,00%	0,00%						
Resto	12,59%	10,67%	13,25%	0,00%	0,00%	0,00%						
EFFECTUÓ RESERVA												
Sí	77,12%	66,24%	93,68%	95,72%	94,31%	42,86%						
No	22,88%	33,76%	6,32%	4,28%	5,69%	57,14%						
TIPO DE RESERVA												
Viaje organizado por agencia	15,02%	11,97%	17,36%	24,32%	8,98%	17,39%						
Alojamiento por agencia	14,83%	22,22%	9,43%	25,22%	11,38%	2,18%						
Alojamiento directamente	36,12%	38,89%	33,59%	27,93%	47,30%	23,92%						
Transporte por agencia	6,27%	3,85%	8,30%	4,06%	6,59%	15,21%						
Transporte directamente	27,76%	23,08%	31,32%	18,47%	25,75%	41,31%						
DESCRIPCIÓN DE LA DEMANDA												
LUGAR DE RESIDENCIA												
España	62,18%	100,00%	0,00%	59,78%	54,29%	72,62%						
Unión Europea	30,50%	0,00%	80,42%	32,96%	33,33%	20,24%						
Resto del mundo	7,33%	0,00%	19,58%	7,26%	12,38%	7,14%						
GRUPO												
Solo	9,56%	10,22%	4,71%	6,88%	4,07%	1,19%						
Pareja	37,48%	34,82%	42,93%	45,50%	42,28%	36,90%						
Familia	26,39%	29,71%	22,51%	26,98%	30,08%	27,38%						
Amigos	26,58%	25,24%	29,84%	20,63%	23,58%	34,52%						
MOTIVOS DEL VIAJE												
Vacaciones	68,01%	55,77%	86,39%	81,82%	82,93%	45,88%						
Visita amigos o familiares	10,15%	14,10%	4,19%	3,21%	8,24%	8,24%						
Trabajo/negocios	4,02%	6,09%	0,00%	7,49%	1,63%	4,71%						
Excursiones, visitas...	16,48%	22,12%	8,90%	7,49%	13,82%	40,00%						
Estudios	1,34%	1,92%	0,52%	0,00%	0,81%	1,18%						
ÚLTIMO MEDIO TRANSPTE												
Coche propio	39,89%	60,83%	9,42%	39,68%	38,21%	42,35%						
Coche alquilado	12,79%	3,18%	27,75%	17,99%	17,89%	3,53%						
Autobús regular	11,26%	10,19%	11,52%	2,65%	12,20%	14,12%						
Autobús discrecional	3,05%	4,78%	0,52%	1,06%	0,00%	15,29%						
Moto	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%						
Tren	33,02%	21,02%	50,79%	38,62%	31,71%	24,71%						
CÓMO ELIGIÓ DESTINO												
Recomendación agencia viajes	2,71%	1,30%	5,26%	5,43%	1,63%	2,38%						
Recomend. amigos o familiares	15,86%	16,56%	15,79%	8,15%	13,82%	10,71%						
Cultura general	26,89%	25,00%	30,53%	28,26%	27,64%	45,24%						
Iniciativa propia	42,17%	45,78%	36,84%	42,93%	43,90%	29,76%						
Experiencia propia	2,71%	3,57%	1,05%	4,89%	1,63%	2,38%						
Folletos turísticos	1,35%	0,65%	2,11%	1,09%	3,25%	0,00%						
Oferta o folleto tour operador	1,35%	0,65%	2,11%	2,72%	0,00%	2,38%						
Publicidad o información MCS	0,58%	0,97%	0,00%	1,09%	0,00%	1,19%						
Clubes o asociaciones	0,77%	0,97%	0,53%	0,54%	0,81%	2,38%						
Internet	5,61%	4,55%	5,79%	4,89%	7,32%	3,57%						
ACTIVIDADES QUE REALIZA												
Compras	4,63%	3,34%	6,55%	4,36%	4,03%	5,67%						
Espectáculos, teatros...	1,33%	0,87%	1,95%	0,99%	1,15%	0,52%						
Pasear	25,87%	25,37%	26,55%	25,79%	27,67%	29,38%						
Descansar	9,12%	11,26%	6,55%	11,11%	10,38%	8,25%						
Visitar amigos / familia	7,01%	10,52%	2,48%	1,79%	1,44%	9,28%						
Trabajo	2,04%	3,09%	0,18%	3,17%	0,86%	2,06%						
Gastronomía	13,32%	11,14%	16,81%	15,48%	14,70%	10,83%						
Deportes	0,07%	0,12%	0,00%	0,20%	0,00%	0,00%						
Diversión (discotecas, pubs...)	6,80%	5,45%	8,32%	3,97%	8,36%	1,03%						
Visitas culturales	29,80%	28,83%	30,62%	33,13%	31,41%	32,99%						
DATOS ECONÓMICOS												
PRESUPUESTO VIAJE												
Total	607,1	337,8	1101,6	745,28	676,52	425,06						
Diario	88,54	70,05	119,72	107,06	91,34	73,55						
GASTO MEDIO DIARIO												
Dato Media	64,42	58,24	69,34	79,97	66,89	41,37						
NIVEL DE RENTA												
Alta	50,00%	45,22%	58,64%	57,67%	51,22%	47,06%						
Media	37,40%	38,85%	35,08%	31,75%	38,21%	36,47%						
Baja	12,60%	15,92%	6,28%	10,58%	10,57%	16,47%						
OPINIONES: LO MEJOR Y LO PEOR VALORADO POR LOS VISITANTES												
	Información/ Señalización	Precios	Carreteras/ Comunicaciones	Alojamiento	Comida	Actividades Culturales	Hospitalidad/ Trato	Zona Comercial	Seguridad	Limpieza	Conservación de la Ciudad	Tráfico/ Aparcamiento
Bien	77,35%	72,36%	80,81%	81,80%	92,07%	66,57%	90,35%	71,98%	79,72%	69,01%	82,48%	23,91%
Regular	19,24%	25,61%	16,36%	16,99%	7,71%	30,66%	9,45%	25,60%	17,24%	27,36%	17,52%	49,28%
Mal	3,41%	2,03%	2,83%	1,21%	0,22%	2,76%	0,21%	2,42%	3,04%	3,62%	0,00%	26,81%

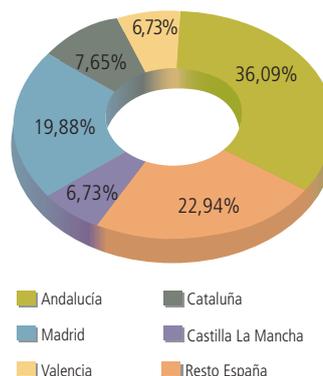
ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS

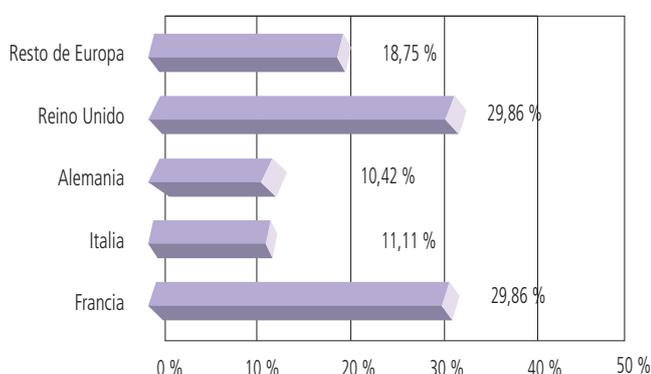
General



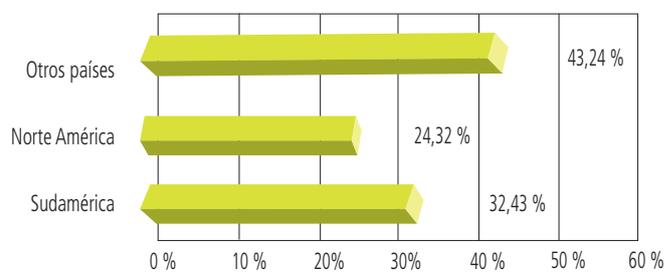
Españoles



Europeos



Resto del mundo



La Encuesta de Coyuntura a la Demanda, cuyos datos pormenorizados se recogen en la página anterior, analiza el perfil de los turistas que visitan la ciudad.

El primer conjunto de datos versa sobre la edad de los turistas. Esta variable denota el carácter joven de nuestros visitantes, puesto que más del 43% de los encuestados declara tener menos de los 30 años. Si a estos le sumamos los integrantes del siguiente grupo de edad –los comprendidos entre 30 y 44 años–, constatamos que casi las tres cuartas partes de los turistas que visitan Córdoba tienen menos de 44 años.

En términos generales, el grupo de turistas comprendidos entre 18 y 29 años es el que ha experimentado mayor incremento respecto a 2006, lo cual, si bien es cierto que tienen una repercusión negativa en la menor capacidad de gasto de los protagonistas, ofrece el rasgo positivo cara al futuro de asegurar unas elevadas tasas de recurrencia por la muy probable reiteración de la visita. Por razones puramente demográficas, este mismo hecho es el responsable del predominio de las visitas en pareja y del incremento de las mismas que se observa con relación al mismo trimestre del año anterior.

Relacionando la edad de los turistas con la categoría del establecimiento en el que se alojan, se aprecia que el grupo que aporta el mayor contingente de huéspedes a los hoteles de superior categoría es el de 30 a 44 años (38,18%) y, en segundo lugar, el de 45 a 65 años. En el resto de hoteles son más los turistas de menor edad, evidenciándose la correlación existente entre menor capacidad económica y menor demanda de confort.

La estancia media ha sido cifrada por el Observatorio en 1,89 noches (1,82 noches en 2006). El incremento, considerado en sentido cuantitativo, ha sido moderado, pese al incremento de las estancias superiores a tres noches, que pasan del 17,5% que suponían en 2006 al 23,66% actual. La explicación ha de buscarse en el aumento del excursionismo, es decir, en el aumento de los turistas que no pernoctan en Córdoba, los cuales han pasado del 10 al 16% en el intervalo del último año.

Como es lógico, los extranjeros pernoctan en la ciudad en mayor proporción que los nacionales (87,83% y 80,26% respectivamente), sin embargo, sus estancias en la ciudad son más cortas. Así, un turista español ha permanecido en Córdoba una media de 1,93 noches frente a las 1,79 noches de un turista llegado de otros países.

ENCUESTA DE COYUNTURA A LA DEMANDA

El carácter nacional/extranjero también deja sus huellas en el tipo de alojamiento elegido. El 42% de los españoles se aloja en hoteles de máxima categoría, y casi una cuarta parte se beneficia de la hospitalidad de amigos o familiares. Los extranjeros prefieren también el hotel de cuatro estrellas y en mayor grado que los españoles (53,57%), sin que haya segundas opciones de alojamiento claramente preferidas, pues los datos nos indican que el resto de los turistas extranjeros se distribuyen casi homogéneamente entre los otros establecimientos. El 4,82% de los mismos se hospeda en casa de amigos o familiares, dando significado estadístico a uno de los rasgos sociológicos más genuinos del hospedaje cordobés con respecto a sus visitantes.

Estrecha relación guarda este hecho con el porcentaje de reservas efectuadas, que en el caso de los extranjeros sobrepasan el 93% y en el de los españoles se reduce al 66%. En ambos casos las reservas se orientan hacia diferentes capítulos del viaje, destacando que el alojamiento en gran medida es concertado directamente por los interesados.

Como hemos anticipado, la modalidad de viaje más común es en pareja (37,48% en promedio), dándose la doble circunstancia de que la expresada modalidad se ha incrementado en el último año y que es mayor entre los turistas extranjeros (42,93%) que entre los españoles. Los viajes en familia o en grupo de amigos suponen cada uno más del 26% del total. Solos viajan menos del 10% de los turistas, y mucho menos si son extranjeros (4,7%).

Respecto al medio de transporte utilizado para acceder a Córdoba, españoles y extranjeros difieren. Los primeros viajan preferentemente en vehículo privado (60,83%), y los segundos en tren (50,79%). Las alternativas secundarias en uno y otro caso son, respectivamente, el tren y el coche alquilado.

La elección de Córdoba como destino turístico se basa fundamentalmente en la iniciativa propia (42,17%), aunque la motivación cultural es el elemento dominante (26,89%). El resto de motivaciones tiene una influencia menor entre nuestros turistas, siendo de extrañar que todavía hoy Internet tenga una influencia tan exigua, apenas un 5%, aunque ha mejorado considerablemente respecto a 2006 (1,81%).

Capítulo importante es la dimensión económica de la actividad de los turistas en la ciudad, que comprende aspectos tales como el presupuesto del viaje, el gasto diario y el nivel de renta de los encuestados.

Las estadísticas obtenidas a lo largo del segundo trimestre del año han permitido estimar en 607,1 euros el presupuesto total por persona, cantidad muy próxima a la correspondiente al mismo periodo del año anterior. Las diferencias, no obstante, son considerables entre los turistas nacionales y los extranjeros, pues mientras entre los primeros el presupuesto medio se estima en 337,8 euros, entre los segundos asciende a 1.101.

En el presupuesto medio diario también hay diferencias al respecto, aunque, comprensiblemente, menores, estableciéndose en 70 y 120 euros por término medio.

Las diferencias son poco cuantiosas en lo concerniente al gasto medio diario efectuado por turistas nacionales y extranjeros, pues en este concepto ya está detraído el desembolso correspondiente al transporte. Se ha estimado por el Observatorio 64,42 euros de promedio, oscilando, no obstante, entre los 58,24 euros diarios de gasto de los turistas españoles y los 69,34 euros de los extranjeros.

Respecto al nivel de renta que declaran los encuestados, la mitad se considera titular de renta alta, un 37,4% de renta media y el 12,60% de baja.

La valoración de la ciudad por los turistas, en líneas generales, pone de manifiesto un elevado nivel de satisfacción, con puntuaciones excelentes, entre las que destacan las correspondientes a "hospitalidad y trato", "comida", "alojamiento"... Sin embargo, este Informe Trimestral registra la novedad en el apartado de valoraciones de haber sometido a encuesta por una parte el tráfico y por otro el aparcamiento, cuando anteriormente formaban parte del mismo ítem. Dicha desagregación ha puesto de manifiesto que el aparcamiento es, con mucha diferencia, el principal problema que los turistas detectan en el municipio.

El último apartado de la Encuesta de Coyuntura versa sobre la procedencia de los turistas. Según la encuesta el 62% de los visitantes recibidos (turistas y excursionista) son españoles, mientras que el 48% restante procede de otros países, concretamente el 30,5% de la Unión Europea y el 7,33% del resto del mundo.

Entre los españoles sigue siendo significativa la presencia de andaluces y madrileños (28,34% y 17,20% respectivamente), mientras que castellanos y catalanes han reducido sus saldos turísticos respecto a 2006.

Entre los turistas procedentes de la Unión Europea, los franceses son los más numerosos (35,06%), con un protagonismo numérico que va en aumento. El segundo nivel lo ocupan italianos y británicos (18,18% en ambos casos), siendo los alemanes los grandes ausentes de nuestra ciudad. En cuanto a la procedencia de otros lugares del mundo, se advierte la presencia de más turistas sudamericanos, en detrimento de los llegados de América del Norte.



PRINCIPALES LUGARES DE INTERÉS

VISITANTES DE LOS 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	
ABRIL	42.689	-4,63%	ABRIL	27.914	-3,36%	ABRIL	52.500	1,25%	ABRIL	162.215	-1,71%
MAYO	41.405	-0,47%	MAYO	21.869	-8,13%	MAYO	57.530	1,64%	MAYO	158.861	-6,56%
JUNIO	23.034	23,15%	JUNIO	12.336	8,99%	JUNIO	31.000	-7,85%	JUNIO	94.839	0,02%
TOTAL TRIM.	107.128	1,96%	TOTAL TRIM.	62.119	-2,95%	TOTAL TRIM.	141.030	-0,75%	TOTAL TRIM.	415.915	-3,25%
TORRE DE LA CALAHORRA			MUSEO TAURINO			MUSEO JULIO ROMERO DE TORRES			MUSEO ARQUEOLÓGICO Y ETNOLOGICO		
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06	
ABRIL	cerrado	--	ABRIL	cerrado	--	ABRIL	6.623	-5,63%	ABRIL	7.321	5,69%
MAYO	cerrado	--	MAYO	cerrado	--	MAYO	7.457	-13,38%	MAYO	6.987	5,15%
JUNIO	713	--	JUNIO	cerrado	--	JUNIO	3.732	18,44%	JUNIO	4.501	12,92%
TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	--	--	TOTAL TRIM.	17.812	-5,14%	TOTAL TRIM.	18.809	7,12%
MUSEO DE BELLAS ARTES			JARDÍN BOTÁNICO			MUSEO REGINA			MUSEO DIOCESANO		
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06	
ABRIL	7.108	2,61%	ABRIL	5.575	41,17%	ABRIL	2.598	3,22%	ABRIL	cerrado	--
MAYO	9.563	24,92%	MAYO	7.730	40,47%	MAYO	3.250	4,77%	MAYO	cerrado	--
JUNIO	4.161	26,36%	JUNIO	3.445	-62,82%	JUNIO	1.417	-12,48%	JUNIO	cerrado	--
TOTAL TRIM.	20.832	16,54%	TOTAL TRIM.	16.750	-10,51%	TOTAL TRIM.	7.265	0,37%	TOTAL TRIM.	--	--
BAÑOS CALIFALES			PALACIO DE VIANA			TOTAL DE VISITANTES					
VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06		VISITAS	%var/06				
ABRIL	5.686	--	ABRIL	7.884	6,15%	ABRIL	328.113	0,87%			
MAYO	4.707	--	MAYO	9.124	0,01%	MAYO	328.483	-1,25%			
JUNIO	3.023	--	JUNIO	3.139	--	JUNIO	184.627	2,69%			
TOTAL TRIM.	13.416	--	TOTAL TRIM.	20.147	21,73%	TOTAL TRIM.	841.223	0,42%			

Durante el trimestre de referencia, el segundo de 2007, el aumento del número de visitantes a la ciudad de Córdoba no ha tenido su correlato en el incremento de las visitas de sentido cultural, puesto que el incremento registrado por éstas a los principales lugares de interés ha sido inferior al registrado por los turistas. Pese a ello, la tendencia es satisfactoria por su signo positivo, más que por su magnitud: crecimiento respecto al ejercicio precedente del 0,42%, que eleva la cifra total a 841.223 visitantes. Sobre ésta ha gravitado la anomalía del cierre de la Torre de la Calahorra, Museo Taurino y Museo Diocesano, que, consecuentemente, no han recibido visitas, y ello, sin duda, ha influido en el moderado crecimiento del número de visitantes a monumentos y museos.

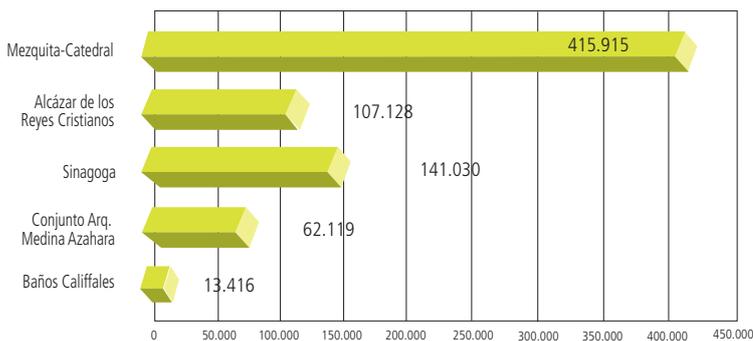
Con independencia de las cifras de visitas, lo realmente significativo del trimestre es el comportamiento diferenciado de los turistas en cada uno de los meses que lo componen y el desigual balance de cada uno de los monumentos y museos. Así, en líneas generales, Mayo ofrece unas cifras de visitas que comparadas con las mismas fechas del año anterior se traducen en porcentajes negativos. Probablemente ello se deba a la profusión de eventos lúdicos-festivos, que ocupan la atención y el tiempo de los turistas e imposibilitan las visitas

culturales. Abril y Junio, contraria y afortunadamente, ofrecen cifras positivas que enjagan los déficits del mes de Mayo y hace que el resultado final sea moderadamente positivo.

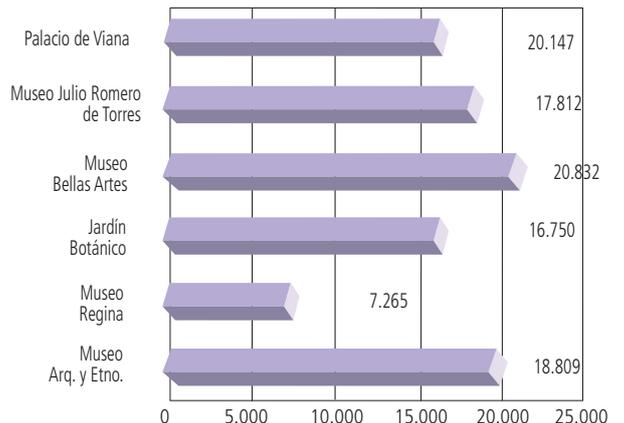
El balance es, como anunciábamos, desigual respecto a cada uno de los monumentos y museos. Destaca el comportamiento peculiar de la Sinagoga, que contraviene la tendencia general antes enunciada, las excelentes afluencias a los museos Arqueológico, Bellas Artes y Palacio de Viana; y los sorprendentes retrocesos de visitas a Medina Azahara y a la Mezquita-Catedral. Todo lo cual ha de ser objeto de consideración, estudio y análisis en orden a detectar las causas y ordenar las actuaciones pertinentes.

Distinguiendo entre monumentos y museos, como viene siendo habitual, los primeros acaparan el 88% de las entradas, frente al 12% de los segundos. En conjunto, el comportamiento de los visitantes hacia unos y otros también ha sido diferenciado, en el sentido de que los museos han registrado un incremento de visitantes en el último año de un 5,06%, lo cual es un rasgo sumamente positivo. Por el contrario, los monumentos han perdido algo de efectivos respecto 2006 (-0,19%), quedando a la espera de una próxima recuperación.

Visitas a Monumentos



Visitas a Museos



DEMANDA HOTELERA

Viajeros y pernoctaciones en hoteles y pensiones

	VIAJEROS		PERNOCTACIONES	
	2007	var/06	2007	var/06
ABRIL	79.356	9,67 %	131.350	12,30 %
MAYO	78.592	2,11 %	125.684	5,12 %
JUNIO	67.809	10,66 %	101.606	6,63 %
TOTAL TRIM.	225.757	7,20 %	358.640	8,08 %

Fuente: INE

Tal y como indican los datos, la afluencia turística durante el segundo trimestre de 2007 ha sido excelente, concretándose en 225.757 viajeros, que suponen un incremento del 7,2% con relación al año precedente. Abril y Mayo han sido los meses más concurridos, y Junio el menos, como es habitual y conforme a los caracteres del modelo turístico cordobés. Los porcentajes de variación sobre 2006 han sido positivos los tres meses, aunque apreciamos un aumento moderado en Mayo y fuerte en Abril y Junio, cercano al 10%.

Las pernoctaciones han experimentado una tendencia similar a la de los viajeros, si bien con el rasgo aún más favorable de que su cifra se ha incrementado en unos porcentajes superiores a los de viajeros, en concreto el 8,08%, lo que ha conllevado mayor duración de la estancia media. Por meses Abril y Mayo vuelven a presentar un comportamiento diferenciado de Junio, en el sentido de que en este último mes se ha invertido la tendencia trimestral, pues durante el mismo las pernoctaciones han crecido en una proporción inferior (6,6%) a los

Estancia media y grado de ocupación

	ESTANCIA MEDIA		OCUPACIÓN	
	2007	var/06	2007	var/06
ABRIL	1,66	2,17 %	76,58 %	7,32 %
MAYO	1,60	3,17 %	71,76 %	1,66 %
JUNIO	1,50	-3,95 %	59,69 %	4,48 %
TOTAL TRIM.	1,59	0,76 %	69,34 %	4,50 %

Fuente: INE

viajeros (10,66%), resultando, consecuentemente, una estancia media de menor duración que contrasta con el dato trimestral.

Respecto a ésta, los datos son elocuentes: aumento en promedio hasta 1,59 noches, con una duración máxima en Abril (1,66) y mínima en Junio (1,50) que, por otra parte, supone un retroceso con relación a 2007.

Los datos de ocupación difieren según la fuente consultada: INE ú HOSTECOR, siendo lo más preocupante de la aludida discrepancia el hecho de que nos presentan conclusiones diferentes, pues según el INE la variación ha sido de signo positivo (aumento del grado de ocupación en un 4,5%) y, en cambio, según HOSTECOR, ha sido negativa (disminución del 2,56%), con las correspondientes oscilaciones mensuales.

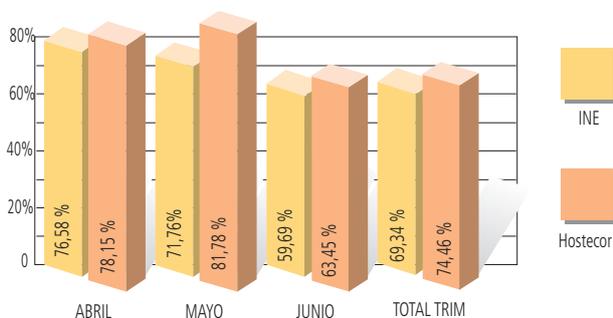
Dato complementario y concluyente es el que nos pone en evidencia que el grado de ocupación de los hoteles de superior categoría ha aumentado levemente, mientras que el de los más modestos ha descendido notablemente.

Grado de ocupación (%)

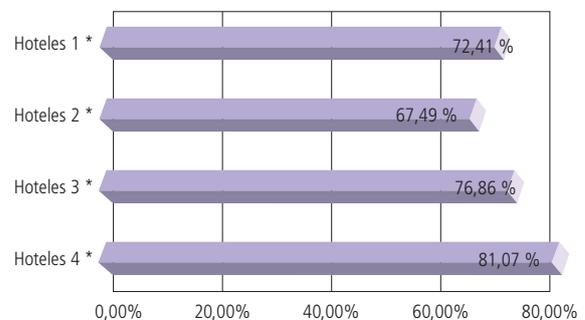
	Total Hoteles		Hoteles 4 *		Hoteles 3 *		Hoteles 2 *		Hoteles 1 *	
	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06	2007	var/06
ABRIL	78,15 %	-0,57 %	81,02 %	1,26 %	80,45 %	-2,37 %	72,54 %	0,26 %	78,60 %	-1,29 %
MAYO	81,78 %	-1,56 %	87,60 %	1,25 %	84,55 %	-1,27 %	74,30 %	-1,72 %	80,65 %	-4,62 %
JUNIO	63,45 %	-6,11 %	74,60 %	-1,09 %	65,57 %	1,56 %	55,64 %	-6,06 %	57,98 %	-18,48 %
TOTAL TRIM.	74,46 %	-2,56 %	81,07 %	0,52 %	76,86 %	-0,87 %	67,49 %	-2,27 %	72,41 %	-7,68 %

Fuente: HOSTECOR

Grado de ocupación (%) INE y Hostecor



Grado de ocupación por categorías. Hostecor



	Edita	Coordina	Elabora	Colabora
	 www.ayuncordoba.es			