

# Córdoba

municipio  
turístico



# 22 ideas nuevas

## para el turismo

Propiciar acciones para el aprovechamiento de los recursos infrutilizados.

Creación de nuevos tipos de turismo.

Plan de mejora de nuestros Museos.

Plan de Dinamización e Incentivación a los Emprendedores.

Apoyar el desarrollo de las Caballerizas Reales.

Consolidación de las actividades turísticas complementarias.

Creación de red de aparcamientos en el casco histórico.

Construcción de un Palacio de Congresos.

Construcción de un Recinto Ferial.

Dotación de infraestructura en nuestro medio rural.

Aprovechamiento de la infraestructura aeroportuaria.

Plan de señalización y limpieza del casco antiguo.

Creación de una central de reservas pública.

Plan de promoción externo de la ciudad.

Coordinación de las acciones turísticas con la iniciativa privada.

Creación del bono turístico.

Creación de la Delegación Municipal de Turismo.

Puesta en marcha de la Policía Turística.

Desarrollo del Plan de Calidad Turística de Córdoba.

Córdoba, "Capital Cultural del 2016".

## Municipio turístico

### ▪ **Análisis de situación**

El sector turístico cordobés está actualmente en crisis no atravesando precisamente por uno de sus mejores momentos, esta es una realidad bien sabida desde todos los ámbitos del sector en nuestra ciudad. El balance de 2002 se ha cerrado con un descenso en el número de turistas del 8,5 % con respecto al año anterior, desde el Ayuntamiento de Córdoba se ha querido achacar este descenso del número de visitantes que acoge nuestra ciudad al Éxito que supuso la Exposición de los Omeyas Cordobeses que elevó cuantiosamente el número de turistas suponiendo un magnífico ejercicio con records históricos en afluencia de visitantes, pero parece que no se ha sabido aprovechar en ningún sentido la inercia que podía haber provocado dicho acontecimiento, que dicho sea de paso no se pudo comercializar correctamente debido a las extrañas posiciones manifestadas desde la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía.

El caso es que Córdoba vuelve a mostrar atávicas carencias y el estancamiento de siempre porque ni durante el último gobierno municipal ni en anteriores se han sabido solucionar los problemas del sector como el bajo índice de pernoctaciones o la estacionalidad.

Acaso en este último periodo parece que hay cierta satisfacción desde el consistorio cordobés en materia turística vendiendo como un gran logro la puesta en marcha del Consorcio Local de Turismo participado por organizaciones como CECO, La Cámara de comercio, el Convention Bureau y el Ayuntamiento, atrás quedan años de conversaciones infructuosas y de castillos en el aire que no se han hecho realidad hasta que la Consejería de Turismo y Deporte que dirige el Partido Andalucista no ha invertido en Córdoba 500 millones de pesetas del PET (Plan de Excelencia Turística), el único en toda Andalucía, para financiar entre otras cosas este Consorcio Local de Turismo del que nosotros somos más partícipes que nadie, porque el Partido Andalucista cree en esta ciudad y en su desarrollo.

## ▪ **Objetivos Estratégicos del Turismo:**

- ✓ Mejora de la Competitividad del Sistema Turístico Andaluz.
  - Competencia sostenida en el tiempo (medio-largo plazo).
  - Esta competencia afecta tanto a empresas turísticas como a los destinos (implicación del ciudadano (con su actitud)).
- ✓ Renovación del Modelo Turístico Andaluz.
  - Desde la base de los aspectos cualitativos.
  - Fortalecimiento del tejido empresarial Andaluz.
    - Inclusión y participación en los canales de comercialización a escala estatal e internacional (internacionalización de la industria turística andaluza).
- ✓ Mejora de la Integración del Turismo en la Sociedad Andaluza.
  - La consecución de este objetivo dependerá no sólo de las políticas turísticas sino también de las propias de la Comunidad, ya sean sectoriales o de carácter transversal (Cultura, Deporte, Medio Ambiente, Educación, Alimentación, etc ...).

Partiendo del papel que los Municipios Turísticos han tenido que soportar suministrando servicios a la población turística, servicios que suponen un gasto adicional en periodos concretos, es necesario plantearse la necesidad de un reconocimiento de esta situación con la correspondiente compensación económica (a través de la declaración de MUNICIPIO TURÍSTICO).

En conclusión, desde el Partido Andalucista proponemos una serie de ideas para la consecución de estos objetivos estratégicos.

▪ **Córdoba municipio turístico: 22 Ideas nuevas.**

# 1

## **Propiciar acciones para el aprovechamiento de los recursos infrautilizados.**

Es necesario incidir en que entorno al 90 % de los turistas que vienen a la ciudad lo hacen por motivos de ocio y descanso, siendo su mayor interés realizar un tipo de turismo monumental, pero el producto turístico cordobés se encuentra limitado en cuanto a la zona visitada por los turistas que recordemos es la situada en los alrededores de la Judería visitando la Mezquita, La Sinagoga, Alcázares de los RRCC y la Calahorra, sin embargo existen muchos más atractivos en nuestra ciudad, numerosos hitos a través de una ciudad que no olvidemos posee la mayor extensión de Patrimonio de la Humanidad del mundo. Debemos trabajar por desterrar la idea del turista de que Córdoba es una ciudad de paso y que no hay nada más que visitar que los puntos anteriormente citado, poniendo en valor estos recursos infrautilizados.

# 2

## **Crear nuevos tipos de Turismo.**

ya que recursos infrautilizados no son solo los que tenemos en el casco urbano, nuestra ciudad tiene la suerte de poseer un extensísimo término municipal y una sierra que no tienen otros lugares, pero hasta la fecha la actividad turística en estos parajes ha sido extremadamente limitada, poner en valor estos recursos como complemento a los habidos en el casco urbano, es decir turismos verde y rural junto al cultural es una de las apuestas para el próximo gobierno municipal, también el turismo de compras ha de ser uno de los ejes de acción para crear un mayor efecto multiplicador del fenómeno turístico.

### **3 Implementar actuaciones desde diferentes administraciones para mejorar nuestros museos.**

Una de las graves carencias actuales para nuestra ciudad es el insuficiente atractivo y capacidad de nuestros museos tanto desde el punto de vista del continente como del contenido para motivar su visita lo que ha propiciado que el número de turistas en ellos haya descendido durante el último ejercicio. Actualmente unos en obras de ampliación, otros en obras de urgencia por peligro de derrumbe como el Arqueológico y otros infrautilizados como el Botánico, no presentan su mejor cara, por ello es necesario agilizar los trámites en cuanto a remodelaciones, pedir la transferencia de titularidad como en el caso del Arqueológico y promocionar mejor otros como el Botánico para que sean otro referente turístico más de nuestra ciudad.

### **4 Dinamizar e incentivar a los emprendedores.**

Como única manera posible de crear una oferta complementaria de ocio sobre todo nocturno para nuestros visitantes que encontrarían otro motivo para alargar su visita y subir nuestro escaso índice de pernoctaciones.

### **5 Apoyar el desarrollo de propuestas ambicionadas.**

Como **Las Caballerizas Reales** a través de la definición de un plan concreto de usos del edificio de Caballerizas y huerta del Alcázar que permita la realización de actividades relacionadas con el mundo ecuestre para que Córdoba se punto de referencia en este ámbito.

# 6

**Trabajar de manera continuada para que se consoliden ejemplos de actividades complementarias ya ejercitadas desde el sector privado.**

Motivos para la esperanza son ejemplos el Museo Regina, primer museo de la joyería en Córdoba o los Baños Árabes que recibieron en el ejercicio de 2002 unas 60.000 visitas.

# 7

**Creación de aparcamientos en el Casco Histórico.**

ya que junto a la difícil accesibilidad de los mismos y una deficiente señalización generan graves problemas y molestias a los turistas, por ello hay que atajar prioritariamente este problema y buscar soluciones que mientras se determinan deberían paliarse de alguna manera aún disponiendo zonas de aparcamiento provisional.

# 8

**Agilización del Palacio del Sur en su construcción.**

Dotando al mismo de un carácter multifuncional para acoger distintas actividades no solo congresos sino también jornadas, eventos, etc. Actualmente tan solo el 5 % del turismo cordobés es de tipo congresual, este recinto podría atraer a gran número de visitantes con un gasto medio superior al de otros segmentos turísticos.

## 9 **Construcción de un Recinto Ferial.**

Córdoba adolece hasta ahora de la falta de un importante **Recinto Ferial** que albergue diferentes muestras importantes, durante muchos años se ha hablado de uno en la zona de Levante pero poco se ha hecho, este recinto podría ser un buen reclamo gestionado adecuadamente para atraer visitantes que podrían disfrutar de unas instalaciones con amplios aparcamientos, amplia zona expositora, etc. Por ello es importante llegar a un acuerdo entre las diferentes administraciones con la máxima premura.

## 10 **Dotar de infraestructuras el Medio Rural.**

Anteriormente se ha puesto de manifiesto en lo referente al producto que el medio rural está infrautilizado, por supuesto este medio ha de ser dotado igualmente de la infraestructura necesaria que lo adecue para ser visitado y permita enlazar con otras zonas de la provincia, especialmente las del norte.

## 11 **Aprovechar las instalaciones aeroportuarias.**

Córdoba ha de convertirse en primer destino para turistas extranjeros que lleguen a nuestra tierra y esto se consigue con un aeropuerto acondicionado para tales fines, para ello es necesaria la adecuación de la pista de aterrizaje del aeropuerto y una modernización de las instalaciones, ello permitiría en un futuro próximo la llegada de vuelos charter llenos de turistas que visitarían nuestra ciudad.





**PARTIDO  
ANDALUCISTA**

# 12

## **Vigilar la señalética y limpieza del Casco**

### **Antiguo.**

Otras infraestructuras y servicios que no por menores pueden olvidarse son los de señalización ya que los turistas siguen teniendo auténticos problemas para orientarse en nuestra ciudad con calles en que en muchas ocasiones no hay ni letreros o temas como el de limpieza ya que pese al plan especial de limpieza en el Casco Histórico efectuado por Sadeco los turistas siguen percibiendo en nuestra ciudad una falta de limpieza.

# 13

## **Creación de una Central de Reservas**

### **Pública.**

Para Córdoba que ayude a canalizar y comercializar los flujos turísticos hacia nuestra ciudad permitiendo una adecuada distribución de visitantes que se pierden al no encontrar donde alojarse durante ciertas temporadas y facilitando la venta de servicios de ocio.

# 14

## **Rentabilizar en mayor medida las campañas**

### **de publicidad.**

En nuestros mercados emisores tanto en el extranjero como las dirigidas al turista nacional ya que la mayoría de nuestros visitantes llegan mediante consejo de familiares y amigos pero muy poco gracias al conocimiento en campañas publicitarias. También es necesario sondear en busca de nuevos

**Ideas nuevas para Córdoba**

**Elecciones Municipales, 25 de mayo 2003**

mercados potenciales así como hacer hincapié en la captación de turismo nacional al ser más fiel que otros mercados extranjeros.

## **15** Coordinar acciones conjuntas con la iniciativa privada.

De modo que el producto turístico cordobés siempre vaya complementado y reforzado por una oferta empresarial atractiva a los turistas.

## **16** Promocionar nuevos productos y recursos infrautilizados.

Con nuevas ediciones de material publicitario, nuevas rutas, etc. En particular aquellas que puedan ofrecer un marchamo de calidad y promocionar productos de buena acogida como la gastronomía cordobesa (la edición de "Córdoba Quality" es un buen comienzo como folleto que aúna gastronomía y monumentos), artesanías, etc.

## **17** Creación del Bono Turístico

Proseguir en los esfuerzos para la creación de instrumentos de comercialización como el **Bono Turístico** que agrupe una serie de servicios mediante el pago único de un bono.

## **18** **Negociar conjuntamente con Agencias de Viajes y Turoperadores paquetes turísticos.**

En los que nuestra ciudad no parezca como ciudad en ruta sino que se haga noche en ella.

## **19** **Creación de una Concejalía exclusivamente de Turismo.**

En nuestra ciudad existen dos concejalías solapándose como la de "Promoción y Desarrollo", y la de "Turismo y Festejos" que en añadidura son dirigidas por distintos grupos políticos, por ello es necesario aunar esfuerzos en una sola concejalía que trabaje en una sola dirección y que además esté totalmente coordinada con la "Concejalía de Cultura" ya que en nuestra ciudad turismo y cultura o patrimonio son términos extremadamente relacionados.

## **20** **Puesta en marcha de una Policía Turística.**

Pese a que todavía no ha sido percibido como un problema grave por parte de los turistas, el aumento de la inseguridad ciudadana perjudica mucho a un sector tan sensible como este, por ello es necesario sentar las bases para que no afecte a nuestra ciudad y su imagen de ciudad tranquila y segura no se vea comprometida.

## 21 **Plan de Calidad.**

Las políticas municipales han de conducir no solo a un aumento del número de nuestros visitantes sino también de mejora de la calidad de nuestro producto, para ello se propone la creación de un Plan de Calidad que maximice el servicio prestado a los turistas, especialmente dirigido a la primera línea de contacto con los mismos como pueden ser policías, comerciantes, etc. Mediante formación en trato al público, idiomas, etc. Pero también a todo el personal implicado en el sector.

## 22 **El Ayuntamiento ha de proseguir el esfuerzo de realizar eventos importantes**

Que hagan de nuestra ciudad un referente en el exterior, los Omeyas fue un hito importante, pero esto no puede quedar agotado aquí hay que continuar ofreciendo eventos importantes pero que vayan acompañados de una también importante labor de difusión, de hecho los Omeyas o la actual exposición de Julio Romero no pueden llegar jamás a ser un éxito desde el punto de vista turístico porque no se difunde a tiempo entre los empresarios del sector estos eventos para que puedan incluirse dentro de paquetes turísticos o se planteen como un valor añadido más a la visita de nuestra ciudad. Por ello la comunicación entre sector público y privado se ha de coordinar mejor, de otra manera no se podrán alcanzar los objetivos deseados.

Desde los diferentes ámbitos de la sociedad cordobesa se ha de trabajar desde ya por conseguir la **Capitalidad Cultural del 2016**, ello supone una promoción extra para nuestra ciudad al exterior para lo cual se ha de valer de su puesto privilegiado dentro de la Asociación de Ciudades Patrimonio de la Humanidad.