



C Ó R D O B A

plan de excelencia turística

M E M O R I A



C Ó R D O B A
plan de excelencia turística

ÍNDICE

1. Bienvenida de las Entidades	3
2. Córdoba, ciudad de encuentro	10
3. Los Planes de Excelencia y de Dinamización Turística. El Plan de Excelencia Turística de Córdoba	20
4. Objetivos.....	22
5. Actuaciones	24
6. Aportaciones y resultados del PET.....	84

1.

BIENVENIDA
DE LAS ENTI

DADES



Turismo de calidad, sostenible y respetuoso con el entorno natural, y, al mismo tiempo, competitivo en términos económicos, de generación de empleo y riqueza para nuestra ciudad. Este es el perfil y la apuesta decidida en la que, desde hace años, venimos trabajando administraciones públicas, en los distintos niveles de competencia, y sector privado.

Esta cooperación institucional constituye la base de este documento, el Plan de Excelencia Turística de Córdoba, y sin duda, es una de las claves que nos han permitido propiciar las mejores condiciones posibles para favorecer, más aún, el potencial de nuestro sector turístico. Un sector que en una ciudad como Córdoba, Patrimonio de la Humanidad, representa un pilar fundamental de desarrollo socioeconómico en el ámbito local y, de forma paralela, nuestro mejor instrumento de proyección internacional.

Prueba de esta realidad, consolidada a lo largo de los últimos años, son los indicadores utilizados por los profesionales del sector que sitúan a Córdoba como destino preferente dentro del denominado “turismo cultural”. Así, este Plan de Excelencia Turística refleja el conjunto de actuaciones relacionadas con la puesta en valor de nuestro patrimonio histórico-artístico y nuestras señas de identidad histórica como lugar de encuentro y convivencia entre culturas.

Pero además, el documento es un reflejo de las iniciativas en marcha para aumentar

la excelencia de los servicios e infraestructuras turísticas de la ciudad. Estamos convencidos de que todas ellas nos permitirán diversificar más aún nuestra oferta actual y, en definitiva, adaptarla a los nuevos retos y demandas del turismo de este siglo XXI.

Estoy seguro de que la línea de trabajo mantenida hasta el momento, una línea definida por el compromiso, el diálogo y la cooperación permanente entre todas las instituciones públicas y privadas, es la mayor garantía para que Córdoba continúe ocupando el lugar que le corresponde en el sector turístico nacional e internacional. Y al mismo tiempo, no me cabe duda de que es el mejor camino posible para convertir en realidad el sueño de obtener para Córdoba la Capitalidad Europea de la Cultura en 2016.

Andrés Ocaña Rabadán
Alcalde de Córdoba



Los Planes de Excelencia Turística nacieron con el objetivo de asegurar la recuperación y regeneración de los destinos consolidados que, frente al deterioro y la aparición de nuevos competidores, deseaban mejorar los aspectos de sostenibilidad y la competitividad de sus recursos turísticos para adaptarse a las nuevas exigencias de la demanda.

Con este fin surgió en el año 2001 el Plan de Excelencia Turística de Córdoba, materializado a través de un convenio de colaboración firmado entre la Administración General del Estado, la Junta de Andalucía, el ayuntamiento de la ciudad y la confederación empresarial cordobesa.

Se abrió así una nueva vía de participación público-privada para dinamizar el sector turístico cordobés. Un nuevo impulso que, gracias al compromiso asumido durante los años de ejecución del Plan, ayudó a superar los obstáculos y puso en desarrollo numerosas actuaciones que han tenido -y siguen teniendo- un importante calado en la configuración turística y social de la ciudad.

Así, se actuó directamente sobre la imagen del municipio, mejorando la señalización turística del casco histórico, el servicio de Cicerones, las infraestructuras urbanas de información turística y su proyección a través de las plataformas virtuales. Igualmente se acometieron importantes iniciativas de mejora urbana, como el adecentamiento y pavimentación de varias calles del centro, la rehabi-

litación y encalado de ciento cincuenta fachadas o una nueva iluminación de las áreas turísticas que incluía el barrio de la Judería entre otras zonas singulares de la ciudad. Y se diseñaron numerosas acciones culturales, como las representaciones teatrales de carácter histórico o el aplaudido espectáculo de luz y sonido de la Mezquita-Catedral, por citar algunos ejemplos significativos.

Muchos fueron los proyectos emprendidos con el fin de conseguir fijar las bases de un nuevo modelo de desarrollo turístico para la ciudad que ahora tiene en sus agentes públicos, empresariales y sociales, y en los propios ciudadanos cordobeses, la posibilidad de convertirse en un gran futuro para este enclave esencial del turismo de Andalucía.

Por tanto solo queda agradecer el trabajo realizado por cuantos participaron en este proyecto y desear que, con el esfuerzo de todos, esta esperanzadora posibilidad se transforme en una aún más próspera realidad.

Luciano Alonso Alonso
*Consejero de Turismo, Comercio y Deporte
de la Junta de Andalucía*



La ciudad de Córdoba es un gran referente cultural y monumental. Declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1994 presenta uno de los cascos históricos más extensos del mundo, vestigio de una rica historia de la que -una vez- fue la ciudad más culta y brillante de Europa. En la actualidad, Córdoba es candidata a la capitalidad cultural europea para el año 2016.

En este contexto se ha enmarcado el Plan de Excelencia Turística en la ciudad de Córdoba que, con el concurso de la Administración Turística del Estado, ha permitido desarrollar actuaciones como la mejora de las infraestructuras de atención e información turística, la recuperación de la imagen del casco histórico, la ampliación de la oferta turística cultural y patrimonial, la diversificación de la oferta turística, así como la creación del programa “Noches de Embrujo” -para poner en valor la oferta de ocio nocturno- que se ha convertido en una marca de referencia a nivel nacional en la temporada de verano.

El Plan también ha hecho posible la musealización de los Baños del Alcázar Califal, que -más atractivos y comprensibles para los visitantes- se han convertido en uno de los monumentos más visitados de la ciudad tras la Mezquita-Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga.

Finalmente, el Plan ha abordado la actuación más compleja y ambiciosa: la visita multimedia a la Mezquita, Catedral de Córdoba. La visita multimedia consiste en la implantación de una Visita Nocturna utilizando tecnologías avanzadas de iluminación, soni-

do y proyecciones, para trasladar al visitante el conocimiento profundo del monumento desde la perspectiva histórica, artística y de su significación religiosa.

Por último, quisiera destacar que los resultados obtenidos en la implantación de este Plan de Excelencia Turística en Córdoba son fruto de la colaboración y del esfuerzo conjunto de los participantes que, guiados por los principios de sostenibilidad y competitividad, han conseguido mejorar la dimensión turística de un extraordinario destino. Sin duda, los proyectos que se han llevado a cabo a lo largo de los años de duración de este Plan, y teniendo en cuenta el eminente legado patrimonial que caracteriza a Córdoba, tendrán repercusiones muy positivas tanto para los cordobeses como para los turistas que se acerquen y disfruten de la gran oferta de esta ciudad patrimonio de la Humanidad.

Córdoba es la ciudad donde convivieron sabios, poetas, médicos, filósofos y místicos tan importantes como Séneca o Lucrecio, una ciudad que sigue siendo, como ya lo fue en otras épocas de su historia, lugar de encuentro con sorprendentes sensaciones. Confío que este Plan de Excelencia y el compromiso de las administraciones que hemos participado en él mejore –si cabe- la experiencia de todos aquellos que se acercan a visitarla y descubrir su esencia.

Antonio Bernabé
*Director General del
Instituto de Turismo de España*



El éxito de la colaboración público-privada

Tener una concepción global por encima de los intereses locales y particulares; contar con los profesionales adecuados, suficientemente capacitados; centrarse en los proyectos realmente importantes y focalizar los esfuerzos en lograr éstos; y, especialmente, que los agentes políticos y económicos defiendan con una sola voz los proyectos e iniciativas que consideren estratégicos para alcanzar un amplio grado de colaboración público-privada en su puesta en marcha, son algunas de las claves para lograr que una iniciativa, como es el Plan de Excelencia Turística de Córdoba (PET), alcance un alto grado de éxito y consiga impulsar actuaciones beneficiosas para el territorio y sus ciudadanos.

El día 1 de diciembre de 2001, el Plan de Excelencia Turística de Córdoba comienza su andadura, a través de un convenio de colaboración entre el Ayuntamiento de Córdoba, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO), con el objetivo de mejorar la posición competitiva de la ciudad de Córdoba como destino turístico cultural de primer orden, potenciando la actividad turística y basándose en tres activos fundamentales: la coordinación entre instituciones, la implicación del sector empresarial y la visión global del destino.

Durante este tiempo se ha venido trabajando por impulsar el aumento de la calidad de los servicios y las infraestructuras turísticas de la ciudad de Córdoba, la puesta en valor

de recursos turísticos, la mejora, ampliación y diversificación de la oferta turística, la modernización de la oferta cultural a través de la aplicación de las nuevas tecnologías, la sensibilización e implicación ciudadana sobre la importancia del sector turístico en la ciudad, y la mejora global de la imagen turística de Córdoba. En este capítulo ha sido importante definir con claridad qué queríamos ser conforme a nuestras potencialidades, la voz única de todos los agentes implicados y la colaboración entre el sector privado y las distintas Administraciones para finalmente la puesta en marcha de estas actuaciones.

El reto y a la vez el camino para impulsar los proyectos estratégicos que Córdoba necesita está en alcanzar el consenso en torno a un objetivo común y global como es, en este caso, el desarrollo turístico y cultural de la ciudad de Córdoba. De este modo y buscando la continuidad de los objetivos y la sostenibilidad de las inversiones realizadas al amparo del PET se encuentra el Consorcio de Turismo de Córdoba, un instrumento basado en esa colaboración entre lo público y lo privado.

Desde aquí, quiero manifestar mi satisfacción por lo conseguido hasta ahora y mi aliento, tanto al mundo empresarial como a las distintas administraciones, para potenciar esta forma de trabajar juntos, entendiéndola como “un buen ejemplo del buen hacer”.

Luis Carreto Clavo
Presidente de CECO

2. CÓRDOBA, CIUDAD DE



ENCUENTRO

Legado Histórico

Córdoba es una ciudad con un importante legado cultural y monumental. Su situación estratégica, cercana al río Guadalquivir y la herencia de los distintos pueblos la han convertido en un lugar privilegiado. Córdoba se encuentra en el corazón de la historia de Occidente: su colosal civilización califal, en plena Edad Media, fue la más brillante de la Europa de su tiempo y tendió un puente entre Oriente y Occidente. Es una de las capitales españolas más visitadas por los turistas, debido en parte a su portentoso legado histórico y patrimonial. Dio a la civilización romana figuras como el filósofo *Séneca* o el poeta *Lucano*, la *Córdoba califal* se convirtió en la ciudad más culta y brillan-

te de Europa durante el siglo X donde vivían sabios, poetas, médicos, filósofos y místicos, algunos tan universales como el filósofo *Averroes* o el médico judío *Maimónides*. No menos importancia posee el patrimonio acumulado en la ciudad tras la conquista cristiana. *Iglesias, conventos, hospitales, palacios* y numerosas *casas señoriales* arrojan esa joya única que es la Mezquita, Catedral y hacen de Córdoba una de las grandes ciudades monumentales de Europa. La UNESCO reconoció en 1994 la importancia universal de los bienes históricos cordobeses, ampliando el título de **Patrimonio de la Humanidad** no sólo a la Mezquita, Catedral sino a su Casco Histórico.



Patrimonio de la Humanidad y oferta turística

Además de la Mezquita, Catedral, es obligado visitar durante la estancia en Córdoba **monumentos** como el Alcázar de los Reyes Cristianos, los Baños Califales, El Yacimiento Arqueológico de Medina Azahara (el más importante de Europa de época medieval), la Sinagoga (única de sus características en Andalucía), las Iglesias Fernandinas, el Palacio de Viana, la Posada del Potro, las Caballerizas Reales o la recién restaurada Puerta del Puente, entre otros.

En cuanto a la oferta cultural, Córdoba cuenta con destacados **museos** como el Arqueológico y Etnológico provincial, el de Bellas Artes, el Museo de Julio Romero de Torres, el Diocesano de Bellas Artes, el Taurino (actualmente en restauración), u otros de más reciente apertura como la Casa Andalusí, la Casa de Sefarad, el Museo de Arte sobre Piel o el Museo Hidráulico en el Molino de Martos.

Sin embargo, la esencia y el espíritu de Córdoba, se encuentra además y especialmente paseando por su **Casco Histórico** Patrimonio de la Humanidad, por sus calles y sus plazas, como la calleja de las Flores, la del Pañuelo, la Cuesta del Bailío, la Plaza de Capuchinos (que alberga el Cristo de los Faroles), la del Potro, la de la Corredera o la de la Fuenseca, o visitando sus tabernas y bebiendo un medio de vino de Montilla-Moriles acompañado de jamón serrano del Valle de los Pedroches.

En cuanto al **calendario festivo** y de tradiciones populares destaca la primavera, que se inicia con la Semana Santa (una de las más bellas de Andalucía) y continua con el gran Mayo Cordobés, que se adelanta a finales de Abril con el Concurso de Cruces, a continuación el Festival y Concurso de los Patios, y finaliza con la Feria de Ntra. Sra. de la Salud.



Córdoba es una ciudad con una amplia **oferta de ocio y eventos culturales**, que se reparten durante todo el año, y en la que destacan el Festival de la Guitarra, el extenso programa anual del Gran Teatro, la temporada de música clásica (octubre a junio) que cada año brinda la Orquesta de Córdoba, el Programa de “Noches de Embrujo” del verano, que incluye una amplia lista de eventos culturales para las noches del estío, como el “Festival de Teatro de los Patios”, el “Festival Internacional de Música Sefardí”, el Espectáculo Ecuestre “Pasión y Duende del Caballo Andaluz”, así como diversas propuestas de cine de verano, rutas guiadas nocturnas, actuaciones en calles y plazas del Casco Histórico, etc. También son de destacar el “Festival de Blues”, “Qurtubajazz”, los “Jueves Musicales de la Magdalena” y el Festival de creación joven “Eutopía”.

En el plano de la literatura, Córdoba es un centro de creación y encuentro de los amantes de la poesía, más aun desde la creación hace algunos años de “Cosmopoética”.

Córdoba cuenta con un número destacado de espacios expositivos públicos y privados que permiten contemplar cada año importantes muestras artísticas del ámbito de la pintura, la escultura o la fotografía, destacando distintos concursos de carácter nacional e internacional como el Premio Gaudí de pintura y el premio Mezquita de Fotografía. Y en el plano de la producción cinematográfica este año se ha celebrado la tercera edición del Festival de cine de animación Animacor que en su corta andadura cuenta ya con prestigio internacional.

Siguiendo este breve recorrido por algunos de los más destacados atractivos turísticos que ofrece Córdoba, hay que hacer una parada para degustar su **gastronomía**, la ciudad y toda la provincia es, sin duda, un importante destino gastronómico que cuenta con una larga y rica tradición en la elaboración de platos que combinan la influencia de los distintos pueblos y civilizaciones que pasaron por Córdoba con productos de gran calidad de esta tierra.

En el plano de la **artesanía**, Córdoba es un gran centro de fabricación de joyería (el primero a nivel nacional), al que se une el fino trabajo del cuero con técnicas heredadas de los artesanos árabes (cordobanes y guadamecés).



Destaca también la oferta orientada al **turismo familiar**, directamente relacionada con la naturaleza y el medio ambiente, y ubicada en un mismo entorno y justo al lado del Casco Histórico, destacando el recientemente remozado Zoo de Córdoba, el Jardín Botánico y la Ciudad de l@s Niñ@s (un gran espacio de juegos infantiles de más de cuatro hectáreas).

Finalmente, Córdoba es un destino especialmente apropiado para disfrutar de la **naturaleza**, ya que a cinco minutos del casco urbano se alza Sierra Morena, que atesora flora, fauna, patrimonio arqueológico y paisajes de inigualable belleza. Además, en plena Sierra se sitúan atractivos monumentales como las Ermitas de Ntra. Sra. de Belén (S. XVIII) y los Santuarios de Linares y Santo Domingo, y medioambientales como el Parque Periurbano de los Villares (primer espacio natural

protegido de estas características de Andalucía). Como complemento a la ciudad, no podemos olvidar a la **provincia** de Córdoba que supone el complemento necesario a la visita turística, una provincia que atesora maravillas naturales (tres Parques Naturales y una Reserva de la Biosfera) y monumentales (Conjuntos Históricos de Priego de Córdoba, Montoro, Zuheros, entre otros).



Infraestructuras y gestión turística

En el plano de las **infraestructuras turísticas**, lo primero a destacar es la inigualable situación geográfica de Córdoba en el centro de Andalucía y perfectamente comunicada por tren y carretera con las principales urbes de la región y con la capital de España. Tras la iniciada ampliación del Aeropuerto, Córdoba será en unos años el centro neurálgico del turismo cultural del sur de España, y se convertirá en la opción más cómoda como punto de partida de excursiones para conocer desde la ciudad otras urbes (Sevilla, Granada, Úbeda y Baeza) que junto a Córdoba conforman uno de los más importantes destinos culturales del mundo.

Córdoba se está convirtiendo en los últimos años en una ciudad de encuentro para **congresos y reuniones**, contando con un bello Palacio de Congresos ubicado en el antiguo Hospital de San Sebastián justo enfrente de la Mezquita, Catedral. Para albergar encuentros de ámbito nacional e internacional, la ciudad cuenta, además, con experimentados profesionales organizadores de este tipo de eventos y empresas de servicio especializadas (OPCs, empresas de catering, azafatas, intérpretes y traductores, audiovisuales, espectáculos, etc...).



La **oferta hotelera** en Córdoba es de una alta calidad, con establecimientos de todas las categorías y situados en inmejorables ubicaciones, pudiendo escoger entre alojarse en el Casco Histórico, el centro urbano o las faldas de la Sierra Morena en contacto con la naturaleza. Actualmente, Córdoba cuenta con 84 establecimientos hoteleros que suman 5.402 plazas, siendo 1 de cinco estrellas con 106 plazas, 11 son de cuatro estrellas con 2.355 plazas, 9 de tres con 969 plazas, 16 de dos con 672 plazas, 7 de una con 388 plazas, y 41 pensiones con 912 plazas. (Fuente: Registro de Turismo de Andalucía. Junta de Andalucía)

Como ya hemos referido, la oferta gastronómica de Córdoba es inigualable en calidad, pero también en variedad, así, la ciudad cuenta con 226 **restaurantes** con 16.186 plazas, en los que se puede degustar desde la cocina más tradicional hasta las últimas tendencias en cocina creativa.

En los últimos años están proliferando las **empresas de dinamización turística y cultural**, que están aportando a la oferta turística de Córdoba atractivas propuestas en el uso de nuevas tecnologías para el conocimiento del patrimonio, atractivas rutas turísticas, transporte ecológico, turismo de relax y salud, turismo ecuestre, turismo idiomático, incentivos, etc. Igualmente, se van creando agencias de viajes centradas en el receptivo que cumplen una importante función dinamizadora del destino. Finalmente, es obligado hacer una mención a los guías oficiales de turismo, que dan a conocer con profesionalidad Córdoba a nuestros visitantes.

Respecto a la **demanda turística**, Córdoba viene incrementando cada año el número de visitantes desde el año 2003. Así, entre 2003 y 2006 se ha producido un incremento de viajeros del 20,05%, y de pernoctaciones del 22,66%, manteniéndose ese incremento durante el presente



año, en que hasta el mes de septiembre la subida con respecto al mismo período del año 2006 se ha situado en el 7,02% de viajeros y en el 7,52% de pernoctaciones. (Fuente: EOH del Instituto Nacional de Estadística (INE). Instituto de Estadística de Andalucía (IEA).

En cuanto a la **gestión turística del destino**, en los últimos seis años se han llevado a cabo dos actuaciones que marcan la situación actual del turismo en la ciudad de Córdoba:

- a) En primer lugar, el proyecto objeto de esta Memoria, un **Plan de Excelencia Turística**, en el que han estado implicados el Ayuntamiento de Córdoba en colaboración con los Empresarios (CECO), el Gobierno Central (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) y la Junta de Andalucía (Consejería de Turismo, Comercio y Deporte), y que ha contribuido de manera importante a la mejora del destino en ámbitos como los sistemas de señalización e información turística, la mejora de la imagen del Casco Histórico, la rehabilitación monumental, puesta en valor turístico y musealización de patrimonio, ampliación y mejora de la oferta turística complementaria, ampliación de la oferta de ocio nocturno, fomento de la calidad en los servicios, o sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo.
- b) Coincidiendo con el desarrollo del Plan de Excelencia Turística y con el objetivo de dar continuidad a las actuaciones que se pusieran en marcha, a la vez que se impulsaba una gestión compartida con el sector privado del turismo de la ciudad, el Ayuntamiento de Córdoba impulsó en colaboración con los Empresarios el **Consortio de Turismo de Córdoba**, conformado al 50% por Ayuntamiento y Empresarios (representados por la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO), la Cámara de Comercio de Córdoba y la asociación Córdoba Con-



vention Bureau). Esta Entidad fue constituida en abril de 2002, y actualmente gestiona los servicios de información y atención al visitante, la promoción turística y la atención a eventos (congresos, actos, presentaciones, etc.), desarrolla productos y servicios turísticos orientados a facilitar la accesibilidad a distintos monumentos (Autobús Diario a Medina Azahara, Córdoba Card —8 modalidades—, Ruta Fernandina) así como a generar oferta complementaria (juego “los Secretos de Córdoba”, “Ruta de Manolete”, “Paseos por la Sierra de Córdoba”, “Audioguía: This is”, Sistema de Audiodescripción “I-Phone”) y ocio nocturno (“Paseos por Córdoba”, promoción y coordinación del programa “Noches de Embrujo”, Espectáculo Ecuéstre “Pasión y Duende del Caballo Andaluz”), gestiona la apertura de espacios patrimoniales (Triunfo de San Rafael de la Catedral y Puerta del Puente), trabaja en coordinación con otros destinos para la creación de rutas o colaboración en la promoción (Red de Ciudades AVE, Red de Ciudades del Río Guadalquivir, Red

de Ciudades Catedralicias, European Cities Marketing) gestiona y coordina el observatorio turístico de la ciudad, y trabaja en la sensibilización sobre la calidad en los servicios e implantación del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED) y, muy pronto, gestionando la Delegación Territorial del ICTE.

El Ayuntamiento de Córdoba cuenta además con la **Oficina de Turismo y Patrimonio de la Humanidad** que se encarga de la presencia institucional de Córdoba en redes como la Organización de Ciudades Patrimonio Mundial (OCPM) de la que Córdoba gestiona la Secretaría Regional del Sur de Europa/Mediterráneo, la Red de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, la Red de Juderías o la Ruta Bética Romana. Igualmente, esta oficina se encarga de la concienciación y sensibilización de la ciudadanía sobre la importancia del patrimonio cordobés, así como la organización de seminarios, cursos y eventos relacionados con estos temas.



Como ya hemos referido anteriormente, Córdoba viene implantando a través del Consorcio de Turismo de Córdoba y en colaboración con los Empresarios el **Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED)** desde el año 2003, siendo la ciudad andaluza con más empresas certificadas. Respecto a la información turística al visitante, la ciudad cuenta con **cinco oficinas de información turística** abiertas con extenso horario todos los días de la semana durante todo el año. Cuatro de estas oficinas están gestionadas por el Consorcio de Turismo y la quinta por la Junta de Andalucía.

Por todo ello, Córdoba sigue siendo en la actualidad como ya lo fue en otras épocas de su densa y apasionante historia una **ciudad de encuentro** con multitud de maravillosas sensaciones para todo aquel que se acerca a visitarla.



3. LOS PLANES DE EXCELENCIA EXCELENCIA



Y DE DINAMIZACIÓN. EL PLAN DE TURÍSTICA DE CÓRDOBA



La pérdida gradual de la calidad de los productos y servicios turísticos nacionales, así como un deterioro en la imagen de los destinos españoles en los mercados emisores, en los primeros años de la década de los 90 del pasado siglo, llevó a la Administración Central a diseñar el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español, FUTURES 1992-1995, que desarrolló un programa de apoyo a la consecución de la excelencia turística en los entornos naturales y urbanos de los destinos más desarrollados.

Con posterioridad, los Planes de Excelencia Turística salen reforzados como instrumentos idóneos para la mejora de la calidad de los destinos turísticos tradicionales con la aprobación del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE 2000-2006), lo que supuso la generación de una nueva cultura turística en España y un claro ejemplo de cooperación con éxito entre las distintas administraciones. Es en este marco, en el que nace el Plan de Excelencia Turística de Córdoba, mediante la firma de un convenio de colaboración entre la Administración General del Estado, la Consejería de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Córdoba y la Confederación de Empresarios de Córdoba el 1 de diciembre de 2001.

Este Plan ha contado con una dotación presupuestaria de 5.409.108 €, aportados paritariamente por las tres Administraciones firmantes, naciendo con la vocación de ser la base de un desarrollo turístico de la ciudad basado en los principios de sostenibilidad y competitividad.

Pero, además, los Planes de Excelencia Turística en general, y el de Córdoba en particular, aportan a los destinos un valor añadido en aspectos fundamentales para el desarrollo turístico, como son la coordinación interinstitucional, la implicación del sector empresarial, la visión global del destino o el efecto dinamizador, que provocan como vía de promoción la “excelencia” de los destinos globalmente considerados.

Los proyectos incluidos en los Planes de Excelencia Turística no son grandes inversiones en infraestructuras básicas ni tampoco suplen las distintas actuaciones de servicios públicos aunque sí se trata de acciones dentro de estos dos contextos. De lo que se trata en un Plan de Excelencia Turística es de complementar estas mejoras globales con el cuidado de los pequeños detalles fácilmente reconocibles y muy directamente percibidos por el turista, intentando dotar de un contenido más turístico a las inversiones en infraestructuras y a la prestación de servicios.

4. OBJETIVOS





El Plan de Excelencia Turística de Córdoba nace con una serie de objetivos para la mejora y desarrollo del turismo de la ciudad de Córdoba de acuerdo con las conclusiones recogidas en el estudio previo elaborado por el Ayuntamiento de Córdoba en colaboración con el sector empresarial que sirvió de base a la elaboración de dicho Plan.

Estos objetivos son los siguientes:

- 1º) Aumento de la calidad de los servicios y las infraestructuras turísticas de la ciudad.
- 2º) Puesta en valor de recursos turísticos.
- 3º) Ampliación y diversificación de la oferta turística y mejora de la oferta actual.
- 4º) Modernización de la oferta cultural a través de la aplicación de las nuevas tecnologías.
- 5º) Sensibilización e implicación ciudadana sobre la importancia del sector turístico en la ciudad.
- 6º) Mejora global de la imagen turística de Córdoba.

Para conseguir estos objetivos se han llevado a cabo el desarrollo de diversas medidas englobadas en los siguientes programas de actuación:

1. Mejora de las infraestructuras de atención e información turística.
2. Mejora de la imagen del Casco Histórico.
3. Ampliación de la oferta turística cultural y patrimonial.
4. Diversificación de la oferta turística y ampliación de la oferta de ocio nocturno.
5. Fomento de la calidad en los servicios y sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo.
6. Gerencia y promoción del Plan de Excelencia Turística de Córdoba.
7. Publicaciones y ediciones financiadas por el Plan de Excelencia Turística de Córdoba.

5. ACTUACIONES





1. Mejora de las infraestructuras de atención e información turística:

La información y atención al visitante representan pilares fundamentales para la excelencia de un destino turístico. Las actuaciones en este ámbito se han desarrollado en dos vertientes: la mejora de los sistemas de señalización e información y creación de nuevos servicios e infraestructuras de información turística.

Medidas:

a) Mejora de los sistemas de señalización e información turística:

- Estudio sobre el estado de la señalítica del Casco Histórico.
- Aplicación informática de mantenimiento de la señalítica del Casco Histórico.
- Planos turísticos con rutas en 5 idiomas.
- Elaboración de trípticos de horarios de museos y monumentos.
- Sistema de Señalización Turística del Casco Histórico con paneles iluminados.
- Carteles informativos Patrimonio de la Humanidad en las carreteras.
- Fabricación de monolitos y placas de bronce Patrimonio de la Humanidad en el Casco Histórico.
- Proyecto y sistema de señalización turística del Casco Histórico.
- Ampliación del Sistema de Señalización vial de Medina Azahara.

INVERSIÓN TOTAL: 205.155,72 €

b) Nuevos servicios e infraestructuras de información turística:

- Implantación y desarrollo del servicio Cicerones de Córdoba (2003-06).
- Creación de la Oficina de Información Turística de la Estación AVE.
- Adecuación de las oficinas municipales de turismo en Caballerizas Reales
- Creación de la web www.turismodecordoba.org y web sobre imágenes de Córdoba en 360°.

INVERSIÓN TOTAL: 626.918 €

Introducción

Cuando se inicia el desarrollo del Plan de Excelencia Turística en la primavera del año 2002, nos encontramos con una importante carencia de sistemas de información turística, tanto relativa a la orientación sobre monumentos, museos y otros atractivos de la oferta turística de la ciudad de Córdoba, así como unos reducidos servicios de información y atención al visitante. Igualmente, el material informativo era escaso y no recogía en distintos idiomas la totalidad de los recursos monumentales y culturales. Además, la declaración del Casco Histórico de Córdoba como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO que ostentaba Córdoba desde el año 1994 pasaba totalmente desapercibida tanto al visitante como al propio cordobés, ya que no existía ninguna información al respecto.

La resolución de estas carencias supone uno de los objetivos que se plantea del Plan de Excelencia Turística de Córdoba desde el primer momento, ya que un buen sistema de señalización e información, así como unos servicios adecuados de atención al visitante representan un primer paso fundamental hacia la accesibilidad a la oferta turística de la ciudad.

Las actuaciones en este ámbito se han desarrollado en dos vertientes: la mejora de los sistemas de señalización e información y la creación de nuevos servicios e infraestructuras de información turística y atención al visitante.



A) Mejora de los sistemas de señalización e información turística:

Estudio sobre el estado de la señalítica del Casco Histórico y aplicación informática de mantenimiento de la misma.

Una de las primeras medidas a acometer antes de llevar a cabo ninguna actuación relativa a implantación de señalización fue la realización de un estudio que nos diera un diagnóstico correcto de la situación de partida, máxime en una ciudad con un urbanismo tan complejo como el del Casco Histórico de Córdoba.

Así, se encargó a la empresa consultora Formación e Innovación Rural dicho estudio, el cual permitió contar con una herramienta fundamental en la que se detectaron claramente las principales carencias, que se centraban en la inexistencia de un sistema de señalización peatonal para el Casco Histórico que orientase y generase interés sobre la existencia de atractivos monumentales y culturales en determinadas zonas del Casco que, aun siendo muy atractivas para la visita, no eran habitualmente frecuen-

tadas por los turistas: especialmente la Ajerquía. De este modo se tocaba en el estudio uno de los objetivos fundamentales del Plan de Excelencia Turística: ampliar el tiempo de estancia en Córdoba, en este caso, a través de un mayor conocimiento de la ciudad.

El encargo realizado a la Empresa Formación e Innovación Rural incluía también el diseño de una aplicación informática para el seguimiento y mantenimiento del estado de la señalítica del Casco Histórico, lo que ha supuesto un interesantísimo instrumento que ha ayudado a un mejor cuidado de estos aspectos. Tanto el resultado del estudio como la aplicación informática elaborada fue entregada al Área Municipal de Infraestructuras, al Área de Tráfico y a la Gerencia Municipal de Urbanismo para facilitar sus tareas en estos ámbitos.

Objetivos:

Mejora de las infraestructuras de información turística de la ciudad; Crear las bases para la implantación de un sistema de información turística integral; Creación de instrumentos de control del estado de la señalítica turística e informativa peatonal del Casco Histórico.



Planos turísticos con rutas en 5 idiomas y elaboración de trípticos de horarios de museos y monumentos.

En una ciudad con un Casco Histórico de calles estrechas e irregulares con un urbanismo medieval como el de Córdoba, es imposible guiar a los visitantes a través, sólo y exclusivamente, de la señalización ubicada en el callejero; es más, cualquier planteamiento que persiga ese objetivo, aunque sea parcialmente, sólo puede llevar a colapsar las fachadas de señales y desdibujar un paisaje urbano singular en belleza y misterio como el de esta ciudad. Por ello, contar con un exhaustivo material informativo que complemente a la señalización y recoja con generosidad y carácter didáctico toda la oferta turística de la ciudad es fundamental para orientar al visitante.

Se editaron dos tipos de material informativo:

- 1) un plano turístico con cuatro rutas por distintas zonas de la

ciudad, con un carácter muy pedagógico que explicaba la evolución urbana de Córdoba desde su creación y ubicaba histórica y artísticamente a cada monumento o espacio urbano en las distintas épocas y estilos (romano, medieval islámico, medieval-cristiano, moderno y contemporáneo). Este plano se editó en 5 idiomas y a la fecha de elaboración de esta memoria se sigue distribuyendo en las oficinas de información turística de la ciudad; y,

Objetivos:

Contribuir a una mayor divulgación del valor patrimonial de la ciudad; Facilitar el conocimiento de la ciudad y de toda su oferta turística; Aumentar la estancia media del visitante a través de un mayor conocimiento de la ciudad, su patrimonio y su historia.

- 2) Trípticos de horarios de monumentos y museos de la ciudad, que facilitan la programación de la visita a la ciudad y ofrecen información sobre precio, accesibilidad, etc.

Este material informativo fue encargado a la empresa Punto y Seguido.



Sistema de Señalización Turística del Casco Histórico con paneles iluminados.

Previamente al inicio del desarrollo del Plan de Excelencia Turística se llevó a cabo en Córdoba la ejecución de otro plan turístico: el “Proyecto Lucano”, que actuó con alguna medida en el ámbito de la implantación de señalítica. Concretamente instalando 6 soportes informativos retroiluminados a dos caras (una en Español y la otra en Inglés).

Desde la Comisión de Seguimiento del Plan de Excelencia Turística se entendió conveniente ampliar el sistema iniciado con el Proyecto Lucano extendiéndolo a todo el Casco Histórico, y se fabricaron 8 nuevos soportes.

Objetivos:

Contribuir a una mayor divulgación del valor patrimonial de la ciudad; Facilitar el conocimiento de la ciudad y de toda su oferta turística; Aumentar la estancia media del visitante a través de un mayor conocimiento de la ciudad, su patrimonio y su historia.

- 1) Situación estratégica en cuanto al tránsito de visitantes y la cercanía de monumentos, cubriendo todas las zonas del Casco Histórico; y,
- 2) Respeto absoluto al entorno, habiéndose ubicado en espacios que, permitiendo fácilmente detectar su presencia, no distorsionaban en modo alguno la imagen del lugar donde fueron colocados.

Además, se usaba el mismo diseño de planos que los elaborados para portar individualmente el visitante, con lo que se conseguía un sistema integral e integrado de información.

En cuanto a las características del punto informativo, se trataba de un diseño exclusivo para la ciudad de Córdoba que por sus características aportaba la máxima información ocupando el mínimo espacio, con un diseño ligero pero antivandálico. Por otro lado, los soportes eran retroiluminados, por lo que permiten su consulta de noche. Situaba al visitante con planos y fotografías del lugar donde se encuentra y de los atractivos monumentales y patrimoniales más cercanos al mismo.

Por lo que respecta a su colocación, se buscó una ubicación de cada uno de los puntos informativos que cubriera dos objetivos:



Carteles informativos en las carreteras y fabricación de monolitos y placas de bronce en el Casco Histórico informando sobre la declaración del Centro Histórico de Córdoba como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Desde el 17 de diciembre de 1994 el Centro Histórico de Córdoba está declarado por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad. No obstante, no existía ninguna inscripción o monolito en los espacios públicos de la ciudad que informaran a los visitantes de dicho título, aun tratándose se un reconocimiento muy valorado a nivel internacional y siendo uno de los grandes argumentos para conocer la ciudad de Córdoba.

Por este motivo, y con el objeto de hacer más visible dicho reconocimiento tanto a los que pasaban por la ciudad como a los que ya se encontraban visitándola, aprovechando las buenas comunicaciones por carretera, se colocaron carteles in-

formativos en todas las vías nacionales a su paso por el municipio, normalmente en la entrada del mismo, y, por otro lado, se ubicaron cinco monolitos con placas de bronce, en las principales entradas peatonales al Centro Histórico, anunciando la Declaración, para que todo aquel que se encontrase en la ciudad estuviese informado y a su vez valorase más el singular patrimonio que atesora la ciudad.

Objetivos:
Divulgar la importancia patrimonial de Córdoba y en especial de su Casco Histórico; Generar interés por el conocimiento de la ciudad al viajero y al propio cordobés.

Estas actuaciones se llevaron a cabo con las empresas Estampaciones Casado, Infograph Digital, S.L.L. y Talleres José Madueño Ruiz, S.L.



Proyecto y sistema de señalización turística del Casco Histórico.

Tras una primera fase en la que se llevó a cabo una intensa labor de análisis del estado de la señalítica, ampliación de la infraestructura de información turística existente en la ciudad y elaboración de material informativo, y la 2ª fase en la que se elaboró una guía práctica de visita a la ciudad de 40 páginas en cinco idiomas denominada “Guía ilustrada de Córdoba”, a la vez, se confeccionó el proyecto de “señalización turística peatonal monumental” de la ciudad. Posteriormente, en una tercera fase, se ejecutó dicho proyecto, con la fabricación e instalación de todo el sistema señalítico turístico, con lo que se solucionó una importante carencia de información en la ciudad de Córdoba.

La filosofía del sistema de señalización no consistía en guiar al visitante desde un sitio a otro a base de llenar las calles de señales, ya que el urbanismo urbano medieval de la ciudad de vías estrechas y sinuosas lo hace imposible, más bien, el planteamiento era propiciar a través de mensajes atractivos el reparto del flujo turístico por todo el Casco Histórico, a partir del inicio del recorrido en el barrio más turístico en el entorno de la Mezquita, Catedral. En cuanto al modelo y material de las señales, se ha buscado la singularidad a la vez que la belleza de las mismas, para ello se ha utilizado un recurso muy andaluz como son los azulejos que han sido pintados uno a uno convirtiendo cada señal en una obra de arte. Además, se le ha dado un carácter didáctico incluyendo el siglo de construcción de cada monumento o espacio urbano y la ruta cultural a la que pertenece.

Todo el trabajo realizado está interrelacionado y cuenta con el mismo método de explicación (simbología, argumentos de recorrido, planos, etc.), por lo que Córdoba cuenta ya con un sistema informativo turístico integral e integrado que facilita el conocimiento de la ciudad al visitante.

Objetivos:

Contribuir a una mayor divulgación del valor patrimonial de la ciudad; Facilitar el conocimiento de la ciudad y de toda su oferta turística; aumentar la estancia media del visitante a través de un mayor conocimiento de la ciudad, su patrimonio y su historia; Generar inquietud al visitante por el conocimiento de todos los atractivos turísticos de la ciudad, dispersando los flujos de viajeros por todo el casco histórico; Desarrollar una labor didáctica y pedagógica respecto al patrimonio.

El proyecto de señalítica fue elaborado por el Consorcio de Turismo de Córdoba, la fabricación de las placas por la empresa Arttile, S.A. y la colocación por Construcciones y Montajes Rodríguez.



Ampliación del Sistema de Señalización vial de Medina Azahara.

Dentro de las actuaciones tendentes a facilitar la accesibilidad al patrimonio monumental y cultural de la ciudad con una mejor señalización, tenía una importancia fundamental la mejora de un monumento como el Yacimiento Arqueológico de Medina Azahara. Su lejanía del casco urbano (a unos 7 kilómetros de Córdoba) y la imposibilidad de acceder en ese momento a través de autobús regular, obligaba necesariamente a tener que ir en coche propio si no se optaba por el taxi (una opción también atractiva). Por ello era fundamental que estuviese bien señalizada la ruta de llegada.

Con esta actuación, se complementó y amplió un proyecto del Área de Seguridad y Tráfico del Ayunta-

miento para reutilizar las señales que sirvieron para la Exposición el “Esplendor de los Omeyas Cordobeses”, homogeneizando la señalítica de Medina Azahara. De esta manera se ubicaron señales indicativas de la dirección al Yacimiento Arqueológico, de forma que desde cualquier arteria vial de la ciudad fuese fácil orientarse para llegar en coche propio a Medina Azahara. Con ello, se acerca este importante monumento a los cordobeses y a los visitantes.

Objetivos:

Facilitar el acceso al patrimonio de la ciudad; Mejora de la señalización turística; Ampliar la estancia media del visitante a través de un mayor conocimiento de la oferta patrimonial y monumental; Diversificación de la oferta turística cultural y monumental.

Esta medida se vio complementada con la puesta en marcha del Autobús Diario a Medina Azahara, que también recibió su primer impulso del Plan de Excelencia Turística.



B) Nuevos servicios e infraestructuras de información turística:

Implantación y desarrollo del servicio Cicerones de Córdoba (2003-06).

En diciembre de 2001, cuando se firma el convenio del Plan de Excelencia Turística, Córdoba contaba con una única oficina de información turística, que, además, se mantenía cerrada en las tardes del fin de semana y festivos. Con el Plan, y gracias a la puesta en marcha de esta actuación, la ciudad incrementó en cuatro el número de puntos de información turística permanentes. Así, en febrero de 2003 se abrieron dos puntos de información en la Plaza de las Tendillas y en el Campo Santo de los Mártires (frente al Alcázar); posteriormente, en noviembre de 2003 se inauguró la oficina de información turística de la estación de AVE-Renfe (actualmente Adif), y en enero de 2004 se abrió la última en la Posada del Potro.

Objetivos:

Mejora de las infraestructuras de información turística y atención al visitante; Aumento de las pernoctaciones y la estancia media a través de un mayor conocimiento de la oferta turística; Divulgación del patrimonio y de los recursos turísticos de la ciudad; Descongestión de las oficinas de información turística en períodos de mayor afluencia.

Estas oficinas, que son gestionadas por el Consorcio de Turismo de Córdoba (organismo que gestiona la Oficina del Plan de Excelencia Turística), están atendidas por profesionales del turismo conocedores de dos idiomas extranjeros, y su horario es de mañana y tarde todos los días de la semana (incluidos domingos y festivos).

Esta medida ha sido fundamental para que Córdoba sea una de las ciudades que dispensa una mejor atención al visitante, lo cual es totalmente necesario para convertirse en un destino competitivo.



Creación de la Oficina de Información Turística de la Estación AVE.

Como ya hemos explicado la oficina de información de la Estación AVE se abre al público en noviembre de 2003, tras la apertura a principio de año de otros dos puntos de información en el Campo Santo de los Mártires y en la Plaza de las Tendillas. De esta manera se sitúan estas oficinas en tres puntos estratégicos de atención al visitante: la zona monumental, el centro urbano y comercial de la ciudad, y el principal punto de llegada localizado a Córdoba (la Estación de AVE).

El Plan de Excelencia Turística financia la adecuación de la oficina (diseño, mobiliario y equipamiento informático, eléctrico, etc.). El Consorcio de Turismo de Córdoba se hace cargo del mantenimiento y de la gestión de la oficina, que a la fecha de elaboración de esta memoria sigue prestando su servicio puntualmente y atendiendo al visitante nada más bajarse del tren a su llegada a la ciudad.

Objetivos:

Mejora de las infraestructuras de información turística y atención al visitante; Aumento de las pernoctaciones y la estancia media a través de un mayor conocimiento de la oferta turística; Facilitar el acceso a la información turística de la ciudad a la llegada a Córdoba.



Adecuación de las oficinas municipales de turismo en Caballerizas Reales.

Con la puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística y la creación posterior del Consorcio de Turismo de Córdoba se hacía urgente y necesario contar con unas instalaciones administrativas adecuadas para acoger el personal y equipamiento necesario para trabajar con garantías.

Ante la dificultad de encontrar una ubicación definitiva a corto plazo, estando prevista la Sede del nuevo Consorcio de Turismo de Córdoba en el futuro Centro de Recepción de Visitantes de la ciudad (junto a la Mezquita, Catedral), actualmente en construcción, se optó por llevar a cabo la adecuación de las dependencias admi-

nistrativas de las antiguas Caballerizas Reales, recién cedidas en esas fechas por el Ministerio de Defensa al Ayuntamiento de Córdoba.

La remodelación y adecuación consistió en la división en despachos, pintura, electricidad, dotación de sistemas de red informática y telefónica, así como ordenadores y climatización de oficinas.

Objetivos:

Mejora de las infraestructuras de desarrollo turístico de la ciudad; Ampliación de los servicios de gestión turística y creación de productos turísticos.

Durante los años que se ha estado desarrollando el Plan de Excelencia Turística, ésta ha sido la Sede de la misma y del Consorcio de Turismo de Córdoba, que en la actualidad cuenta con 22 trabajadores.



Creación de la web www.turismodecordoba.org y web sobre imágenes de Córdoba en 360°.

El uso de las nuevas tecnologías y en especial de Internet aplicado a la promoción e información turística de los destinos no es desde hace tiempo una opción más de divulgación, sino un instrumento necesario para trasladar de manera inmediata al público potencial la imagen del destino, así como sus novedades, noticias, eventos, etc.

Objetivos:
 Mejora de la accesibilidad a la información sobre Córdoba en el lugar de origen del turista; Divulgación del patrimonio y de los recursos turísticos de la ciudad; Mejora de la competitividad del destino; Fomento de la utilización de las nuevas tecnologías aplicadas al turismo.

vista actualmente inédita, como es la panorámica que se presenta desde la torre de la Mezquita, Catedral.

El desarrollo del portal www.turismodecordoba.org ha sido realizado por la empresa Astivia, siendo el Área de Promoción y Eventos del Consorcio de Turismo quien mantiene actualizada la página diariamente.

En la actualidad Internet no es sólo contar con una web más o menos actualizada en la red, sino que estamos ya en la etapa de la interactividad, de la comunicación bidireccional, lo que se ha dado en llamar Travel 2.0, y pensando ya en el 3.0.

En abril de 2006, cuando se presenta la web www.turismodecordoba.org se da un gran paso en la promoción turística de la ciudad, ya que es el primer paso en este sentido, con un portal atractivo, accesible y muy completo en información. Inicialmente se desarrolla en Español e Inglés. En la actualidad, la web se ha situado en los buscadores internacionales, y cuenta con unas 1300 entradas diarias y 20.000 páginas vistas al día dentro del portal. Además, ofrece un gran número de servicios como venta on line, servicio de “visita a la carta” por la que se hacen propuestas de visita y estancia personalizadas (sin recomendación de hoteles, restaurantes, etc.), servicios de atención a la celebración de congresos y eventos, observatorio turístico, atención a profesionales de la prensa, etc.

Uno de los desarrollos de la web más atractivos es el elaborado por la empresa Punto y Reklamo, consistente en la visita virtual en 360°, ya que hace un recorrido en imágenes de estas características por los principales monumentos de la ciudad, partiendo de una



2. Mejora de la imagen del Casco Histórico:

Córdoba cuenta con uno de los más bellos y extensos cascos históricos de Europa, declarado desde el 17 de diciembre de 1994 Patrimonio Cultural de la Humanidad. Por estas razones, es evidente que la mejora de la imagen de un espacio urbano tan singular representase uno de los principales objetivos del Plan de Excelencia Turística.

Medidas:

a) Mejora de las calles y mobiliario:

- Adecentamiento de las calles Cairuan, Villaceballos y Caballerizas Reales.
- Rehabilitación y enladrado de 150 fachadas del Casco Histórico.
- Fabricación y colocación de arcones cubrecontenedores y contenedores soterrados en el Casco Histórico.
- Homogeneización del mobiliario hostelero del Casco Histórico.
- Creación del Jardín de la C/. Sta. Teresa de Jornet.

INVERSIÓN TOTAL: 467.803,99 €

b) Mejora de la iluminación del Casco Histórico:

- Nueva iluminación del barrio de la Judería.
- Nueva iluminación de la Plaza del Potro, San Felipe, calles San Fernando y Romero Barros.
- Iluminación artística de la Puerta Sevilla y murallas del Alcázar Viejo, Iglesias de San Nicolás y San Francisco, y Jardín Botánico.

INVERSIÓN TOTAL: 497.080,38 €

c) Restauración de conjuntos escultóricos y espacios monumentales de la ciudad:

- Restauración de los Monumentos a Julio Romero de Torres, Manolete, Gran Capitán y Triunfo de San Rafael de la Puerta del Puente
- Restauración de la Ermita de los Santos Mártires
- Reparación del Patio y Muro foral del Museo Julio Romero de Torres

INVERSIÓN TOTAL: 251.813,84 €

Introducción

El Casco Histórico de Córdoba, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad, representa el escenario vivo donde se desarrolla la mayor parte de la actividad turística de Córdoba, y además de ser uno de los mayores cascos históricos de Europa, atesora un patrimonio monumental y cultural único. Por estas razones, es evidente que la mejora de la imagen de un espacio urbano tan singular representase desde el primer momento uno de los principales objetivos del Plan de Excelencia Turística, lo que ha llevado a acometer un importante número de actuaciones de embellecimiento de calles, plazas, mobiliario urbano, iluminación artística y pública, generación de espacios verdes, etc.

Esta actuación se ha desarrollado a través de tres líneas de medidas:

- 1) Mejora de calles y mobiliario;
- 2) Mejora de la iluminación del Casco Histórico, tanto pública como artística, para realzar la belleza de los monumentos por la noche; y,
- 3) Restauración de conjuntos escultóricos y espacios monumentales de la ciudad.





A) Mejora de las calles y mobiliario:

Adecantamiento de las calles Cairuan, Villaceballos y Caballerizas Reales.

La belleza del Casco Histórico de Córdoba radica en gran medida en sus calles. Paseando por la Judería uno se da cuenta de que no hay dos calles iguales, en anchura, en su trazado, sus portales, que guardan patios señoriales junto a otros recoletos y populares, los balcones y rejas llenas de flores algunas, otras más austeras. Todo este paisaje urbano en algún caso requiere de una mejora en su pavimentación o en el mobiliario para hacer relucir todo su encanto. Por este motivo, esta medida ha consistido en la mejora del pavimento de algunas calles especialmente frecuentadas por los visitantes del Casco Histórico Patrimonio de la Humanidad. Así, la **calle Cairuan**, una de las más bellas, ha experimentado un cambio fundamental a iniciativa del Plan, modificando todo el pavimento en contacto con la muralla y el propio paseo peatonal de esta calle, que es de las más transitadas del Casco Histórico. Tenía un problema de accesibilidad, por contar con una escalera de acceso en uno de los extremos de la misma. Además, el pavimento es de un adoquín irregular que impide el paso con silla de ruedas o cochecitos de niños. Además, el camino alto estaba totalmente inhabilitado para el paseo, por haber crecido las plantas ornamentales de forma incontrolada, lo que propiciaba reuniones de algunos colectivos que ensuciaban la zona y le añadían inseguridad y molestias para residentes y visitantes. En definitiva, se ha recuperado un espacio de convivencia, de paseo y de alta importancia monumental y artística, habiéndose eliminado también todos los grafitis existentes en el lienzo de la muralla medieval.

Las otras actuaciones de estas características se han desarrollado en la **calle Villaceballos** (acceso por la Puerta de la Luna), posiblemente la entrada más sugerente junto a la Puerta de Almodóvar a la Judería; y en la **calle Caballerizas Reales** (frente al Alcázar de los Reyes Cristianos) donde se ubica actualmente un punto de información turística del Consorcio de Turismo, especialmente transitada, anteriormente con pavimento de tierra que formaba barrizales cuando llovía.

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico; Facilitar la accesibilidad a los espacios patrimoniales; Conservación y recuperación del patrimonio de la ciudad.



Rehabilitación y encalado de 150 fachadas del Casco Histórico.

El típico color blanco de la cal que caracteriza muchos de los cascos antiguos de ciudades y pueblos de Andalucía, y en especial el Casco Histórico de Córdoba, requiere de un mantenimiento constante, y además es especialmente sensible a la barbarie de las pintadas callejeras. En un espacio urbano declarado Patrimonio de la Humanidad, estas agresiones de los espacios

públicos producen una imagen especialmente perjudicial para el turismo cultural, por este motivo, desde el Plan de Excelencia Turística se llevó a cabo una intensa actuación de choque en el entorno más protegido que cambió en varios meses la imagen del Casco.

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico Patrimonio de la Humanidad; Conservación y recuperación del patrimonio de la ciudad; Sensibilización ciudadana sobre la importancia del patrimonio.

Esta actuación se encargó a la empresa municipal Vimcorsa.



Fabricación y colocación de arcones cubrecontenedores y contenedores soterrados en el Casco Histórico.

La estrechez de las calles del Casco Histórico dificulta la recogida normal de los residuos domésticos, de la hostelería y el comercio. Además, los contenedores tradicionales se mueven con facilidad con lo que son objeto habitual del gamberrismo. Por este motivo, la empresa municipal de saneamiento (SADECO) y la oficina del Plan de Excelencia Turística buscaron una solución específica a este problema, actuando en dos líneas complementarias:

- 1ª) la fabricación y colocación de arcones cubrecontenedores; y
- 2ª) la instalación de una red de contenedores soterrados.

Se empezó por la implantación de arcones cubrecontenedores en

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico; Mejora de la movilidad urbana; Optimización turística de las infraestructuras y aumento de la competitividad del destino.

aquellos lugares en que no era posible instalar contenedores soterrados. Se trataba de un modelo diseñado de manera exclusiva para la ciudad de Córdoba y tenía una estética agradable y totalmente respetuosa con el entorno, a la vez que amortiguaba en gran medida la propagación de olores.

La segunda fase se inició con la instalación de contenedores soterrados en las principales plazas del Casco Histórico y en aquellas zonas donde se estaba llevando a cabo una remodelación global.

Esta actuación se ha desarrollado con una financiación al cincuenta por ciento entre el Plan de Excelencia Turística y SADECO.



Homogeneización del mobiliario hostelero del Casco Histórico.

Las buenas temperaturas de las que disfruta Córdoba durante casi la totalidad del año, hacen que proliferen en cada plaza del Casco Histórico terrazas de bares, cafeterías, restaurantes y tabernas en los que es un auténtico placer degustar la excelente gastronomía cordobesa o el vino Montilla-Moriles de la tierra. Sin embargo, cuando se puso en marcha el Plan, la mayoría del mobiliario hostelero de estos veladores mantenía una estética cutre y cargada de publicidad. A través del Plan de Excelencia Turística en colaboración con la Gerencia Municipal de Urbanismo se desarrolló una actuación que ha contribuido decisivamente a que cambie por completo esta imagen de las zonas

de más confluencia turística y más valor patrimonial de la ciudad. Así, en toda la zona declarada Patrimonio de la Humanidad y en los enclaves más atractivos del resto del Casco Histórico se apoyó al sector hostelero para la renovación del mobiliario, habiendo ayudado a 27 establecimientos.

Objetivos:

Mejora de la imagen global del Casco Histórico; Aumento de la calidad en los servicios privados de atención al visitante; Garantizar el respeto al paisaje urbano de gran valor, declarado Patrimonio de la Humanidad.

Esta actuación provocó un efecto multiplicador que llevó a que los establecimientos que no normalizaron su mobiliario fueron al final anecdóticos en el Casco. Posteriormente, la Gerencia de Urbanismo dictó una ordenanza exigiendo la adaptación.

Esta actuación fue adjudicada a la empresa Juan Estévez Valiente.



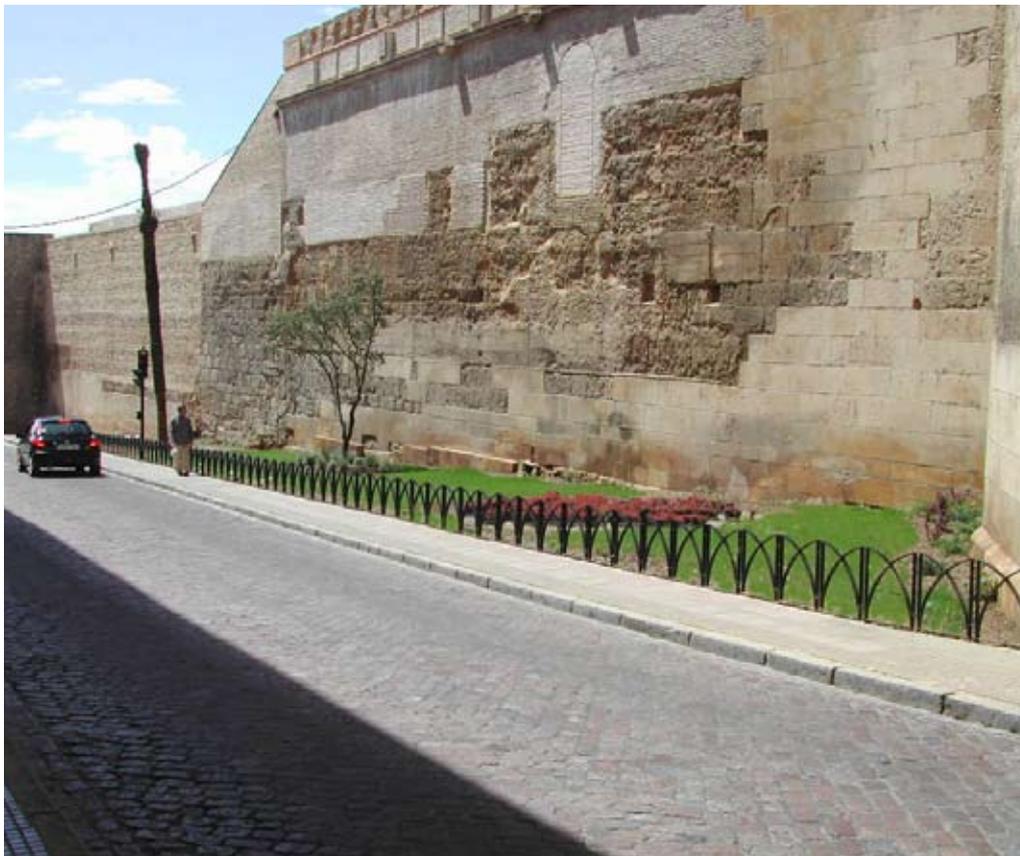
Creación del Jardín de la C/. Sta. Teresa de Jornet.

Este pequeño y recoleto jardín contribuyó a mejorar la imagen de un lugar especialmente transitado del Casco. El jardín estaba ubicado en el lado más oriental del Alcázar de los Reyes Cristianos, concretamente donde con anterioridad existían unas obras de afianzamiento de los muros del Alcázar. Se trataba de un lugar de paso obligado de miles de turistas, y en el referido jardín se elaboró mediante flores y plantas el escudo de la

ciudad que se podía ver desde la torre de los leones del Alcázar. Recientemente una actuación de ordenación urbanística ha sustituido el pavimento de la calle y ha eliminado este jardín.

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico; Dotar a la ciudad de Córdoba de espacios ajardinados, que combatan las altas temperaturas y hagan agradable el paseo por medios naturales y ecológicos; Rememorar la historia de la ciudad a través de la importante tradición del gusto por los jardines y el agua de los habitantes de Córdoba.



B) Mejora de la iluminación del Casco Histórico:

Nueva iluminación del barrio de la Judería, de la Plaza del Potro, San Felipe, calles San Fernando y Romero Barros.

El urbanismo de calles estrechas y sinuosas heredado de la Edad Media supone una singularidad y dota de una belleza a nuestra ciudad que ha propiciado que sea declarada Patrimonio de la Humanidad, pero, a la vez, genera una sensación de inseguridad, sobre todo de noche, que debe desterrarse para favorecer el paseo relajado por Córdoba, que es una de las ciudades más seguras de Andalucía. Para ello, se llevó a cabo desde el Plan de Excelencia Turística un proceso de reinstalación de la red de iluminación pública en aquellas zonas que presentaban alguna carencia en este sentido y que eran muy visitadas por turistas.

Se empezó por el histórico barrio de la Judería, que contaba con una instalación de primeros de los setenta del pasado siglo, y que fue sustituida en su totalidad. Posteriormente, se acometió otra actuación de iluminación pública de gran impacto como fue la de la Calle San Fernando (de la Feria) que es la principal arteria del Casco Histórico, y que separa y, a la vez, une de norte a sur los dos grandes barrios del Casco Histórico: La Medina (Villa) y la Ajerquía.

Finalmente se llevó a cabo el nuevo alumbrado público de una plaza de especial encanto del centro de la ciudad que está situada a la espalda de la Iglesia Fernandina de San Nicolás de la Villa, como es la Plaza de San Felipe, el de la plaza más bella de Córdoba y, con seguridad, entre las más bellas de España, la renacentista Plaza del Potro, y dos calles con especial encanto cercanas a ésta: Romero Barros y San Francisco.

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico; Facilitar la movilidad urbana; Contribuir a la seguridad ciudadana; Incentivar la visita nocturna y el paseo por el Casco Histórico, contribuyendo al aumento de las pernoctaciones.



Objetivos:

Mayor aprovechamiento del patrimonio; Mejora de la imagen del Casco Histórico; Creación de una oferta turística nocturna; Diversificación de la oferta turística para ampliar las pernoctaciones.



Iluminación artística de la Puerta Sevilla y murallas del Alcázar Viejo, Iglesias de San Nicolás y San Francisco, y Jardín Botánico.

Con esta actuación nos propusimos alargar el tiempo de disfrute de los principales monumentos de la ciudad, ya que en este aspecto teníamos grandes carencias, si pensamos que al inicio del Plan sólo contaban con iluminación ornamental exterior once monumentos o edificios singulares.

Con el objeto de propiciar un recorrido nocturno monumental por toda la ciudad se inició esta línea de trabajo que entendíamos suponía una enorme rentabilidad para Córdoba.

La primera actuación consistió en la ***iluminación artística de la Puerta de Sevilla*** y de todo el lienzo de ***muralla del Alcázar Viejo***, muy visible a la entrada de la ciudad por el sur, con lo que se traslada al visitante la imagen de ciudad amurallada. A continuación se iluminó la ***fachada de la Iglesia de San Francisco*** y, finalmente, la ***Iglesia Fernandina de San Nicolás***, en pleno centro comercial y urbano de la ciudad.

En cuanto a la ***iluminación artística del Jardín Botánico***, merece un capítulo aparte, tanto por el mayor coste de la actuación (75.625 Euros), como por la singularidad de la actuación. El Jardín Botánico de Córdoba es uno de los más importantes de España, y cuenta con un jardín especialmente bello. No obstante, carecía de una iluminación ornamental que permitiese ser disfrutado durante la noche. En los últimos años, se ha iniciado una importante agenda de actividades lúdicas y culturales en el Jardín, especialmente en las noches de la primavera y el verano. Por este motivo se hacía totalmente necesaria esta medida que ha permitido contar con un nuevo espacio de ocio y disfrute en las noches de Córdoba, lo que ha contribuido, sin duda, a la diversificación de los atractivos nocturnos de la ciudad para favorecer el incremento de las pernoctaciones.

C) Restauración de conjuntos escultóricos y espacios monumentales de la ciudad:

Restauración de los Monumentos a Julio Romero de Torres, Manolete, Gran Capitán y Triunfo de San Rafael de la Puerta del Puente.

Junto al resto de medidas orientadas a la mejora de la imagen del Casco Histórico, se ha acometido durante toda la vigencia del PET una acción clave para con el fin de preservar y transmitir el valor del patrimonio monumental de la ciudad vinculado a su cultura popular, tradiciones e historia. Córdoba está jalonada por bellos conjuntos escultóricos repartidos por distintos lugares, principalmente en el Casco Histórico, entre los que destacan los dedicados a la devoción del Arcángel Custodio San Rafael, denominados Triunfos, a los que se suman esculturas en homenaje y recuerdo de cordobeses ilustres, como Julio Romero de Torres, Manolete, Séneca, Osio, o el Gran Capitán, entre otros.

El estado de algunos de estos monumentos al inicio del PET no era el más adecuado, debido principalmente al paso del tiempo y al vandalismo callejero. Por este motivo, y dado el valor artístico a la vez que la destacada ubicación de algunos de ellos, así como la importancia de transmitir la rica historia de la ciudad a través de estos testimonios ubicados en plena calle, se han acometido una serie de actuaciones que se resumen en:

- La **restauración del Monumento a Julio Romero de Torres** ubicado en los Jardines de Agricultura.
- Restauración del **Monumento a Manolete de la Plaza de Conde de Priego** en el barrio de Santa Marina.
- Restauración de la **Estatua Ecuestre del Gran Capitán de la Plaza de las Tendillas**.
- 1ª Fase de restauración del **Triunfo de San Rafael de la Puerta del Puente**.

Además, en el caso de las dos últimas, se implantó tras su restauración un sistema electrostático de alejamiento de Palomas.

Todas estas actuaciones muestran al visitante una ciudad preocupada por la conservación de su patrimonio y por la memoria de sus más importantes personajes históricos.



Restauración de la Ermita de los Santos Mártires.

Se llevó a cabo la restauración de este monumento religioso de finales del siglo XIX ubicado dentro del espacio conocido como el Balcón del Guadalquivir, recientemente urbanizado y remodelado por el Ayuntamiento de Córdoba en colaboración con la Consejería de Obras Públicas de la Junta de Andalucía. Dicha Ermita, está recogida en el Catálogo de Bienes Protegidos del Conjunto Histórico de Córdoba

con la identificación MA-39, reconociéndose en ese catálogo el deficiente estado de conservación que sufría con el hundimiento de la bóveda interior, así como la necesidad de acometer las correspondientes obras de restauración. Gracias a la actuación del Plan de Excelencia Turística se ha recuperado este bello monumento completándose el atractivo de un espacio junto al río muy deteriorado.



Reparación del Patio y Muro foral del Museo Julio Romero de Torres.

El Museo de Julio Romero de Torres, ubicado en la Plaza del Potro, comparte patio con el Museo Provincial de Bellas Artes. El lugar tiene un encanto especial, pero su pavimento y los arriates del jardín se encontraban en muy mal estado de conservación. Se han arreglado todas las zonas deterioradas del patio, devolviendo a este rincón todo su encanto.

Objetivos:

Mejora de la imagen del Casco Histórico Patrimonio de la Humanidad; Recuperación y conservación del patrimonio de la ciudad; Sensibilización ciudadana sobre la importancia del Patrimonio.





3. Ampliación de la oferta turística cultural y patrimonial:

La riqueza monumental y cultural de Córdoba implica un constante trabajo de mantenimiento de su patrimonio. Por esta razón, en Córdoba para la ampliación de la oferta turística cultural y patrimonial, no es necesario plantearse la creación ex novo de nuevos espacios, sino más bien la recuperación y puesta en valor de monumentos dispersos por toda la extensión del municipio.

Medidas:

a) Rehabilitación de edificios monumentales:

- Proyecto de Usos del Centro Ecuéstre de Caballerizas Reales y 1ª fase de rehabilitación del edificio.
- 1ª Fase de restauración de la Caseta del Círculo de la Amistad.
- Puesta en valor turístico cultural de la Posada del Potro como Casa Municipal del Flamenco.
- Creación de la exposición "Posada del Potro, seis siglos de historias y leyendas".

INVERSIÓN TOTAL: 997.407,85 €

b) Actuaciones de Musealización:

- Musealización del Molino de Martos.
- Musealización de los Baños Califales.

INVERSIÓN TOTAL: 427.697,75 €

Introducción

La riqueza monumental y cultural de Córdoba implica un constante trabajo de mantenimiento, restauración y puesta en valor turístico y cultural de su patrimonio tangible. Es por esta razón, que en Córdoba para la ampliación de la oferta turística cultural y patrimonial, no es necesario plantearse la creación ex novo de nuevos espacios, sino más bien la recuperación y puesta en valor de monumentos dispersos por toda la extensión del municipio. Este programa de acciones se ha dividido en dos líneas de actuación:

- 1) La rehabilitación de edificios monumentales; y,
- 2) Actuaciones de musealización.

En este programa se puede destacar el inicio de las actuaciones de puesta en valor de las

Caballerizas Reales como Centro Ecuéstre, la restauración y puesta en valor de la Caseta del Círculo de la Amistad o la Posada del Potro como Centro del Flamenco. Y en el ámbito de la musealización el Museo Hidráulico en el Molino de Martos y la musealización de los Baños del Alcázar Califal.



a) Rehabilitación de edificios monumentales:



Proyecto de Usos del Centro Ecuestre de Caballerizas Reales y 1ª fase de rehabilitación del edificio.

Estamos ante uno de los proyectos más importantes que en el ámbito turístico, cultural y deportivo tiene la ciudad, ya que el Centro Ecuestre de Caballerizas Reales debe traer al edificio que fue la cuna del caballo de pura raza español un complejo de actividades formativas, de espectáculo, artesanía, lúdico-deportivas, museo de carruajes, etc. que situarán a Córdoba entre las principales referencias del mundo del caballo.

Desde el Plan de Excelencia Turística se pusieron las bases y se llevaron a cabo las primeras actuaciones necesarias para que este proyecto sea pronto una realidad. Concretamente, desde el Plan se acometieron las siguientes acciones:

- Proyecto de Usos del Centro Ecuestre de Caballerizas Reales.
- Estudio Estructural del Edificio de Caballerizas Reales.
- Creación de un centro de transformación eléctrica específico para Caballerizas.
- Reparaciones de urgencia en cerramientos y otros espacios de Caballerizas Reales.
- Proyecto de Intervención Arqueológica en el edificio.
- 1º Fase de Consolidación y Rehabilitación de Caballerizas Reales. Picadero cubierto.
- Estudio Topográfico de la Huerta de Caballerizas Reales.

Objetivos:

Recuperación y puesta en valor turístico de las Caballerizas Reales; Diversificación de la oferta turística cultural y patrimonial; Aumentar los índices de pernoctación en Córdoba a través de una oferta de espectáculo nocturno de gran calidad y permanente; Difusión de la historia de la ciudad a través de una oferta permanente y singular de ocio, cultural y espectáculo.

1ª Fase de restauración de la Caseta del Círculo de la Amistad.

La antigua caseta del Círculo de la Amistad es una estructura de forja y cubierta de zinc construida en 1877 con proyecto del arquitecto Adolfo Castiñeira. Al inicio de la restauración en 2004 se encontraba en un estado deplorable, siendo su impacto visual muy negativo al encontrarse ubicada en el centro de los Jardines de la Victoria, cercanos al centro urbano y al Casco Histórico y rodeados de hoteles y negocios de hostelería. El Plan de Excelencia Turística actuó como impulsor de este proyecto al financiar la 1ª fase de restauración, siendo finalizado por el Área de Infraestructuras del Ayuntamiento de Córdoba. Además, la restauración de este edificio propició la rehabilitación de otro espacio muy cercano e igualmente visible como es la Caseta de la Música.

Actualmente la Sala Victoria (así se le ha denominado después de la restauración) alberga actividades culturales en distintas épocas del año (Feria del Libro. Cosmopéptica, Noche Blanca del Flamenco, etc...) y está a la espera de ser adjudicado su uso parcialmente hostelero.



Objetivos:

Diversificación de la oferta turística-cultural; Divulgación de la riqueza cultural, patrimonial y artística de la ciudad en las zonas de atracción turística; Contribuir al reto de la Capitalidad Cultural Europea 2016.

Creación de la exposición “Posada del Potro, seis siglos de historias y leyendas”.

Desde que se trasladó la sede administrativa del Área de Cultura del Ayuntamiento de Córdoba al Palacio de Orive, la Posada del Potro estuvo cerrada al público. No obstante, un edificio del siglo XIV declarado Bien de Interés Cultural y de la importancia histórica de la Posada no podía mantenerse cerrado más tiempo.

Por este motivo, desde el Plan de Excelencia Turística, en una primera fase, se llevaron a cabo todas las actuaciones necesarias para su apertura inmediata, que se produjo en el mes de enero de 2004 con la instalación de una oficina de información turística del Consorcio de Turismo de Córdoba, lo que permitió mantener abierto el edificio para la visita turística y que se volvieran a programar actividades culturales como exposiciones, representaciones teatrales, musicales y conferencias.

En una segunda fase, se sentaron las bases de lo que está suponiendo la recuperación definitiva de la Posada del Potro como centro cultural de referencia en la ciu-

dad. Para ello, en primer lugar, se instaló una exposición permanente denominada “Posada del Potro, seis siglos de historias y leyendas” consistente en seis dioramas en muebles expositores con vitrinas y paneles interpretativos que representaban escenas de distintos hechos reales y, en otros casos, fruto de la imaginación popular que la tradición ubica en la Posada durante los seis siglos de historia que alberga. Esta exposición ha atraído gran número de visitantes a la Posada desde su inauguración hasta el cierre para la restauración del edificio y adecuación al nuevo uso como Centro Cordobés de Arte Flamenco.

Objetivos:

Recuperación del Patrimonio de la ciudad; Diversificación de la oferta turística; Divulgación de la riqueza cultural y artística de la ciudad en las zonas de atracción turística; Contribuir al reto de la Capitalidad Cultural Europea 2016.



Puesta en valor turístico cultural de la Posada del Potro como Casa Municipal del Flamenco.

El proyecto más importante en torno a la puesta en valor turístico-cultural de la Posada del Potro es la restauración del referido edificio y la adecuación para su uso como Centro Cordobés de Arte Flamenco, un lugar para el conocimiento, la divulgación y la investigación de este arte tan arraigado a Andalucía y a Córdoba en particular. Este proyecto se ha acometido con financiación del Plan de Excelencia Turística y de la Gerencia Municipal de Urbanismo, que ha elaborado el proyecto de rehabilitación y ha dirigido las obras.

De esta manera, la Posada del Potro se llena de contenido y, por tanto, de vida, y se incorpora de forma permanente al devenir cultural de la ciudad.

Objetivos:

Recuperación del Patrimonio de la ciudad; Diversificación de la oferta turística; Divulgación de la riqueza cultural y artística de la ciudad en las zonas de atracción turística; Contribuir al reto de la Capitalidad Cultural Europea 2016.



b) Actuaciones de Musealización:

Musealización del Molino de Martos.

La Musealización del Molino de Martos supone la puesta en valor turístico de un recurso no muy conocido para la ciudad, y, sin embargo, de una gran importancia monumental e histórica.

Tras una respetuosa restauración realizada por la Empresa Municipal Procórdoba Siglo XXI y dirigida por el Arquitecto Juan Navarro Baldeweg, se ha llevado a cabo, con financiación del Plan de Excelencia Turística la musealización del Molino, que describe a través de medios audiovisuales, maque-

tas, paneles y señalítica, el uso industrial de este edificio medieval y la relación entre el río Guadalquivir a su paso por Córdoba y la población cordobesa durante siglos.

Desde su inauguración, se mantiene la visita permanente del Molino como Museo del Agua, cuya gestión se ha cedido a la Fundación Municipal Jardín Botánico. Así, con la colaboración y el esfuerzo de distintos ámbitos municipales y el Plan, se ha podido incorporar un nuevo atractivo a la oferta turística cultural de la ciudad.

Objetivos:

Recuperación del patrimonio de la ciudad; Diversificación de la oferta turística; Optimización turística de los recursos.



Musealización de los Baños del Alcázar Califal.

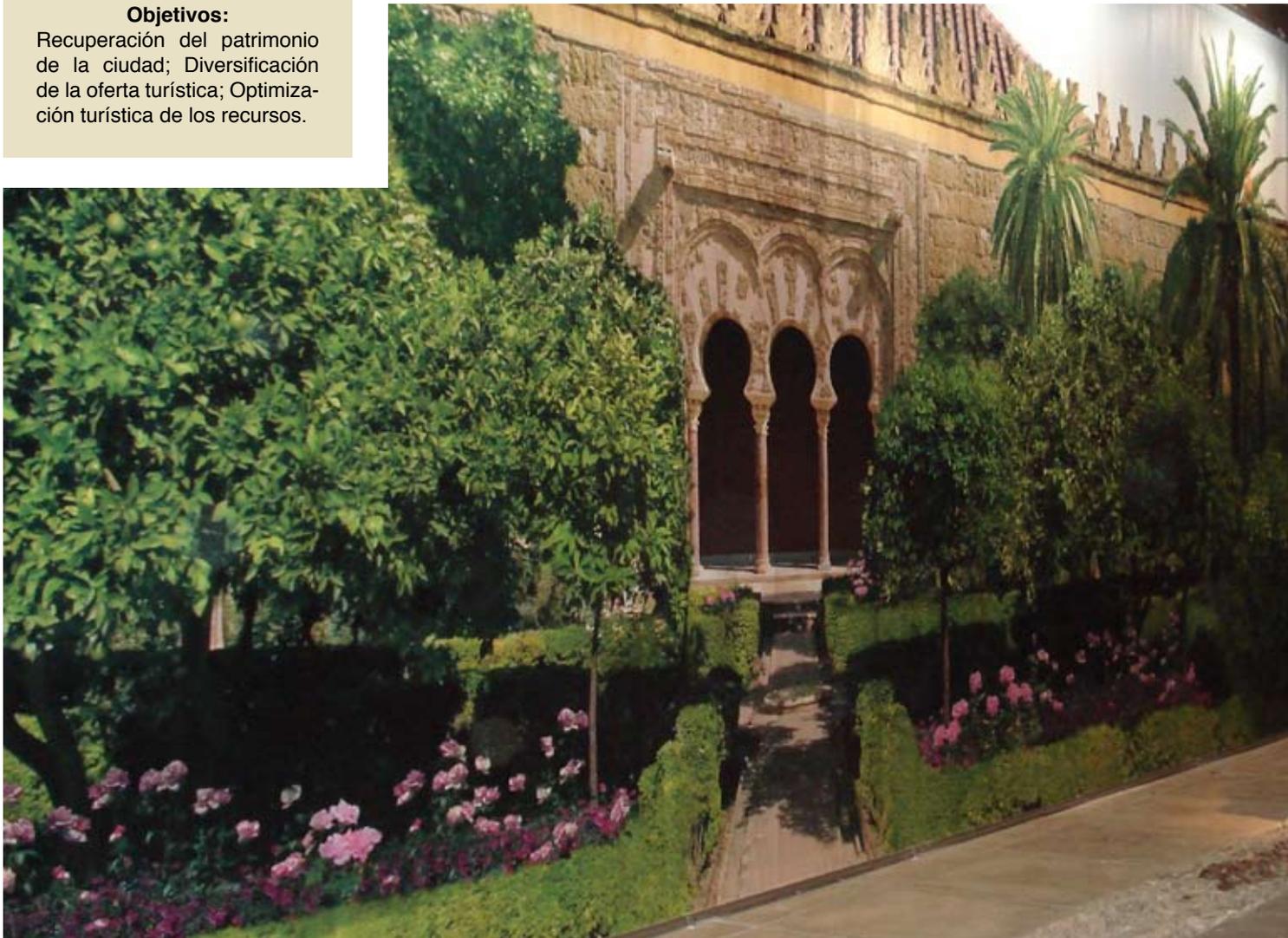
Tras años de olvido, los baños del Alcázar Califal de Córdoba fueron sometidos en la década de los noventa a una importante recuperación por parte de la Junta de Andalucía, abriéndose para la visita turística. No obstante, una serie de problemas de humedad de las estancias del yacimiento obligaron a su cierre temporal, lo que se aprovechó por el Plan de Excelencia Turística para acometer una actuación de musealización que ha cambiado totalmente el concepto de la visita a los Baños, haciéndolo mucho más atractivo y cercano, y utilizando

los medios de musealización más avanzados para hacer fácilmente comprensible el monumento a cualquier visitante. El concurso le fue adjudicado a la empresa Ingenia Qed, con una gran experiencia y calidad en el desarrollo de este tipo de proyectos de musealización.

En la actualidad, y desde su apertura en octubre de 2006, los Baños del Alcázar Califal son uno de los monumentos más visitados de la ciudad tras la Mezquita, Catedral, el Alcázar de los Reyes Cristianos y la Sinagoga.

Objetivos:

Recuperación del patrimonio de la ciudad; Diversificación de la oferta turística; Optimización turística de los recursos.



4. Diversificación de la oferta turística y ampliación de la oferta de ocio nocturno:

Uno de los retos constantes del PET de Córdoba ha sido la generación de nuevos productos y servicios turísticos de calidad, para complementar la importante oferta patrimonial, y para ampliar el ocio nocturno especialmente en la temporada estival, con el objetivo de aumentar las pernoctaciones en esta época del año.



Medidas:

a) Contribución a la ampliación y mejora de la oferta turística complementaria:

- Puesta en marcha del Autobús Diario a Medina Azahara.
- Implantación del servicio turístico Taxitour.
- Apertura tienda de la Casa Patio.
- Patrocinio de campeonatos deportivos de ámbito nacional e internacional.
- Creación de senderos turísticos por la Sierra de Córdoba.

INVERSIÓN TOTAL: 190.255,26 €

b) Ampliación y mejora de la oferta de ocio nocturno:

- Representación de obras teatrales sobre personajes históricos de Córdoba.
- Organización de la 1ª Semana del Auto Sacramental.
- Organización de la 1ª Edición del Festival de Teatro de los Patios.
- Creación de las visitas guiadas nocturnas "Paseos por Córdoba".
- Patrocinio de eventos de ocio cultural nocturno.
- Creación del programa "Noches de Embrujo".
- Visita Nocturna a la Mezquita, Catedral de Córdoba.

INVERSIÓN TOTAL: 937.968,20 €

Introducción

La creación de nuevos productos y servicios turísticos de calidad, ha sido un reto constante del PET de Córdoba, y en especial aquellos que van orientados a favorecer la accesibilidad a la oferta patrimonial. Unido a esto, la generación de un programa de ocio nocturno de calidad, centrado especialmente en la temporada estival, que sirva como reclamo para aumentar las pernoctaciones en esta época del año, para poco a poco ir haciéndolo extensivo a otros períodos en que la actividad festiva es menor.

En este ámbito, habría que destacar servicios y eventos ya afianzados en la ciudad como el Autobús Diario a Medina Azahara, el Taxi tour o los senderos turísticos por la Sierra de Córdoba. Y en el ocio nocturno el programa Noches de Embrujo del Verano en Córdoba, los Paseos por Córdoba, el Festival de Teatro de los Patios, el Espectáculo Ecuestre “Pasión y Duende del Caballo Andaluz” de la mano de Córdoba Ecuestre o la Visita Nocturna a la Mezquita, Catedral.



a) Contribución a la ampliación de la oferta turística complementaria:

Puesta en marcha del Autobús Diario a Medina Azahara.



La accesibilidad al patrimonio es una de las principales preocupaciones de los destinos turísticos denominados culturales. En el caso de Córdoba, si existía al inicio del desarrollo del Plan de Excelencia Turística un caso evidente de complicada accesibilidad, era el Yacimiento Arqueológico de Medina Azahara. A unos 8 kilómetros de Córdoba, hacia poniente, en las faldas de Sierra Morena, no contaba con ningún medio de transporte regular que uniese el yacimiento con la ciudad, lo que obligaba a los visitantes que no traían vehículo propio a optar por medios de transporte demasiado costosos. Si a esto unimos la importancia histórica y monumental de la Ciudad Palatina de Abd al Rahman III, eran poco entendibles las dificultades para su acceso.

Por este motivo, se planteó como una de las primeras actuaciones del Plan la puesta en marcha de este Autobús Diario al yacimiento, que inició sus recorridos en septiembre de 2003 y que ha salido puntualmente cada día desde esa fecha y ha ido mejorando en número de recorridos y en calidad del servicio desde su inicio hasta este momento, siendo un medio muy económico de acceso al monumento.

Además, al simple transporte se le incorporó un plus de calidad, entregando a la subida una guía visual del yacimiento en cinco idiomas, además de la proyección de un documental sobre Medina Azahara tanto a la ida como a la vuelta.

El Plan de Excelencia Turística sólo financió la puesta en marcha inicial del servicio, que gestiona desde su creación el Consorcio de Turismo de Córdoba, que ha conseguido hacerlo sostenible a lo largo del tiempo.

Objetivos:

Incremento de la calidad de infraestructuras necesarias para la diversificación de la oferta; Facilitar la accesibilidad y el conocimiento de toda la oferta turística de la ciudad; Creación de oferta de actividades complementarias que acerquen al visitante a los atractivos de todo el municipio; Provocar la prolongación de la estancia en la ciudad por la ampliación de los atractivos turísticos.

Implantación del servicio turístico Taxitour.

Con esta actuación se ha conseguido crear un producto turístico novedoso para ofrecer a los visitantes a la ciudad, consistente en la posibilidad de realizar distintas rutas por Córdoba y su provincia en taxi. Estas rutas se van explicando mediante unas locuciones de audio en

distintos idiomas durante el recorrido. Tiene un precio por ruta que se conoce con antelación al inicio del recorrido y permite poder bajar para hacer algunas fotos en lugares determinados del recorrido.



Objetivos:
Aumento de la oferta turística complementaria; Creación de oferta original al visitante para facilitarle el conocimiento de la ciudad, su municipio y la provincia; Mejora de la accesibilidad a la oferta turística y a su información.

Apertura tienda de la Casa Patio.

Los patios cordobeses representan una de las principales señas de identidad de lo cordobés, y la peculiaridad de la arquitectura Andaluza más destacada y conocida en el exterior. Por esta razón, desde el Plan de Excelencia Turística se han acometido una serie de actuaciones orientadas a la promoción turística de Los Patios entre las que se ha mantenido abierta durante más de un año un espacio orientado a la divulgación de los patios cordobeses donde el visitante ha recibido información a

la vez que ha podido adquirir distintos recuerdos y material divulgativo sobre esta tradición.

En cuanto a la ubicación, no ha podido ser más acertada: en la Sede de la Asociación de Amigos de los Patios Cordobeses, una casa-patio de las más bellas y tradicionales de la ciudad, situada en la calle San Basilio nº 50. Además, gracias a la apertura en horario de mañana y tarde el patio ha podido ser visitado durante todo el año.

Objetivos:

Generar valor añadido a la oferta cultural de la ciudad; Aumento de la calidad en la atención al turista y difusión de los atractivos de la ciudad; Comercialización y competitividad del destino y mejora de la calidad e imagen del mismo; optimización turística de los recursos.



Patrocinio de campeonatos deportivos y recreativos de ámbito nacional e internacional.

El turismo deportivo es un segmento en crecimiento continuo y de una alta rentabilidad para el destino, ya que la celebración de eventos de esta naturaleza además de atraer visitantes y pernoctaciones, aportan, en muchos casos, notoriedad y propaganda al destino a través de las retransmisiones televisivas que traen acompañadas estas actividades.

Es por ello, que desde la elaboración del Plan de Excelencia Turística se vio muy positivo el apoyo a la celebración de eventos deportivos y recreativos en Córdoba. Se ha participado en la organización de dos campeonatos: uno deportivo y otro de una actividad recreativa. En cuanto al primero, nos

referimos al **Campeonato Internacional de Pádel “Córdoba 2016”**, en que se dieron cita los mejores deportistas de esta disciplina a nivel mundial y tuvo una importante repercusión en los medios de comunicación especializados, además de atraer un gran número de visitantes a la ciudad (deportistas, familiares, proveedores y aficionados). El segundo evento referido fue el **Campeonato Nacional de Mus “Córdoba, Patrimonio de la Humanidad”**, organizado por la Asociación Cordobesa de Amigos del Mus, que vienen organizando cada año en Córdoba dicho evento con un

gran éxito de participación, y en la actualidad se ha convertido en un clásico entre los aficionados de toda España.

Objetivos:

Diversificación de la oferta turística; Posicionar a Córdoba como destino para el turismo de eventos; Mayor aprovechamiento de las infraestructuras deportivas de la ciudad.



Creación de Senderos Turísticos por la Sierra de Córdoba.

Córdoba está ubicada en un entorno privilegiado, en el valle del Guadalquivir y a las faldas de Sierra Morena. Así, la ciudad se sitúa a los mismos pies de la Sierra, a cinco minutos en coche o dando un agradable paseo a pie. Además, la Sierra en el entorno más cercano a la ciudad atesora flora, fauna, patrimonio arqueológico, cultural y paisajes de inigualable belleza, lo que supone un enorme atractivo para un visitante deseoso de conocer la monumentalidad de la ciudad, pero a la vez, muy interesado por el medio ambiente y el turismo rural.

La actuación consistió en la creación de cinco rutas de senderismo para conocer, explorar y disfrutar de estos parajes, elaborando mapas ilustrados en español e inglés, una página web y señalización para los senderos. Su desarrollo fue especialmente complejo por las dificultades de delimitar los espacios privados y públicos en algunas zonas de las rutas inicialmente propuestos y que posteriormente hubo que modificar. Finalmente, el resultado fue asombroso.

Objetivos:

Aumento de la pernoctación hotelera a través de la creación de actividades de turismo rural; Difusión de los recursos turísticos naturales del municipio de Córdoba; Diversificación de la oferta turística.



b) Ampliación y mejora de la oferta de ocio nocturno:



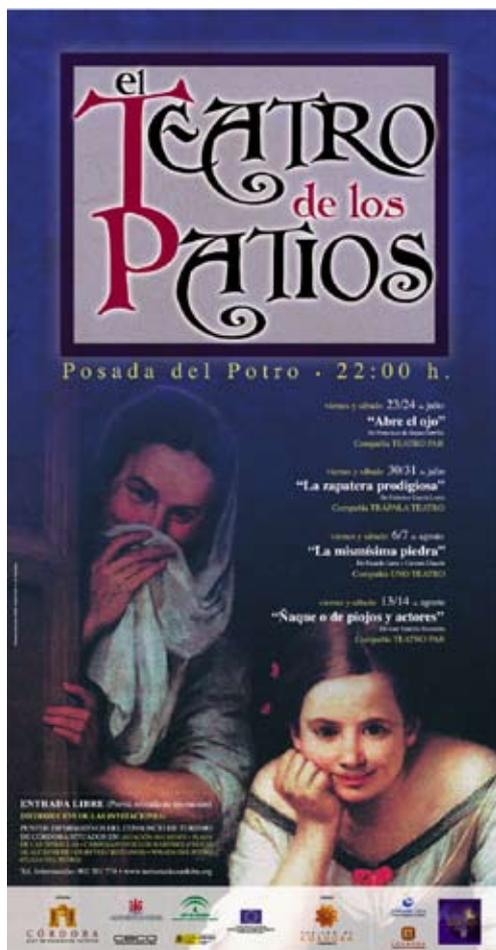
En el estudio previo a la puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística de Córdoba, se puso claramente en evidencia la existencia de una carencia destacada en la oferta turístico-cultural de la ciudad que mermaba las posibilidades de ampliar las pernoctaciones en la ciudad, nos referimos a la falta de ocio nocturno durante un amplio período del año. Esta carencia se detectaba tanto en la oferta de ocio generada desde la iniciativa privada como desde el impulso de las instituciones públicas.

Por esta razón, se empezó a trabajar de inmediato en el impulso de actividades, principalmente de ocio cultural nocturno y centradas en una temporada, como es la del período estival, en que, a diferencia de la primavera con multitud de actividades festivas de carácter tradicional, la programación era más reducida, y la existente tenía muy poca difusión.

Se empezó por organizar la **representación de obras teatrales sobre personajes históricos de Córdoba**, interpretadas en distintos espacios del Casco Histórico de la ciudad. Así, ya en 2002 se representó durante una semana por las calles y plazas de Córdoba "Almanzor el Victorioso", sobre la vida de este personaje cuando se cumplían 1000 años de su muerte en Calatañazor. Posteriormente, en el verano de 2003 organizó también la oficina del Plan otra obra teatral sobre la vida de "El Gran Capitán", en este caso en el Alcázar de los Reyes Cristianos, escenario real de algunos de los encuentros que mantuvo con los Reyes Católicos durante la toma de Granada. Además, de esta manera se rindió homenaje a su figura al cumplirse el 550 aniversario de su nacimiento. Finalmente, ya en el verano de 2004 se representó la vida de otro cordobés insigne como fue Maimónides, con la obra "Maimónides y su tiempo", representada, también, en el Alcázar de los Reyes Cristianos. Todas estas obras teatrales fueron representadas por compañías de

teatro cordobesas. En cuanto a la percepción por parte de los visitantes, fue sorprendente, acaparando un gran éxito. A todo el público le parecía emocionante la representación de pasajes de la historia y de personajes de la ciudad en los entornos donde se pudieron desarrollar los hechos reales. Hubo momentos realmente inolvidables, por ejemplo, cuando Almanzor avanzaba a caballo por las calles de Córdoba al frente de su séquito y seguido de cientos de personas del público, la representación de la entrada de los Reyes Católicos en el Alcázar que lleva su nombre o la escenificación de la muerte del Gran Capitán en el Salón de los Mosaicos del Alcázar.

Al inicio del verano de 2003 salía por primera vez la **visita guiada nocturna de los "Paseos por Córdoba"**, una iniciativa, igualmente impulsada por el Plan de Excelencia Turística que a la fecha de redacción de esta memoria ya ha paseado por las noches de Córdoba a cerca de 30.000 visitantes. La iniciativa consiste en un recorrido nocturno guiado por el casco histórico, que da a conocer al visitante una perspectiva distinta, más relajada y divertida de la historia de la ciudad y de los cordobeses. Cuenta, además, con otros alicientes como representaciones teatrales de personajes históricos de Córdoba y una degustación de gastronomía cordobesa típica en una taberna.



Son ya siete años de Paseos, y en la actualidad salen cada noche desde los primeros días de abril hasta primeros de noviembre (siete meses ininterrumpidos). Se trata de una actividad muy valorada por los visitantes y totalmente sostenible económicamente.

En el verano del año 2004, se iniciaron dos nuevas propuestas de ocio cultural nocturno que, al igual que los Paseos por Córdoba, han tenido continuidad a lo largo de los años, nos referimos a la **Semana del Auto Sacramental** y el **Festival de Teatro de los Patios**. Ambas actividades, también de carácter teatral, se han inspirado en recursos culturales y patrimoniales muy arraigados en la tradición cordobesa como los Patios y las representaciones teatrales de temática religiosa. Respecto a la “Semana del Auto Sacramental”, consiste en la representación del mejor teatro barroco, en una manifestación cultural genuina y singular del Siglo de Oro español, que tradicionalmente se representaba con un planteamiento didáctico-religioso en las puertas de las iglesias. Desde 2004, cada año se ha organizado esta actividad, muy orientada al turista nacional, con el aliciente del lugar de su ubicación en el Patio de los Naranjos de la Mezquita, Catedral. En cuanto al “Festival de Teatro de los Patios”, el objetivo era utilizar un recurso patrimonial tan cordobés como



los patios para la representación de obras de teatro de carácter costumbrista y popular, que en muchos casos se desarrollaban originariamente en casas de vecinos similares a estas viviendas.

Además de la organización de eventos de ocio cultural nocturno, el Plan de Excelencia Turística ha favorecido la generación de ocio nocturno mediante el patrocinio de distintas actividades de esta índole. Así, en el año 2002 patrocinó la celebración de uno de los primeros **espectáculos ecuestres** realizados en Córdoba de la mano del Ayuntamiento de la ciudad y de la Asociación Córdoba Ecuestre en los jardines del Alcázar de los Reyes Cristianos, que ha sido el germen de los espectáculos que en la actualidad cada verano organiza el Consorcio de Turismo de Córdoba en colaboración con esta asociación; en el verano

de 2003 se patrocinaron otras actividades igualmente interesantes, como fueron el **Festival de Teatro en la Calle**, las **Veladas Culturales de Verano** o el **Ciclo de Música en la Judería**. En el verano de 2004 el Plan patrocinó la **Velada Sefardí**.

Unido a la organización y patrocinio de todos estos eventos, el Plan de Excelencia Turística, con el objetivo de promocionar toda la actividad de ocio cultural nocturno que se organizaba en verano en Córdoba, patrocinó la primera campaña del programa **“Noches de Embrujo del Verano de Córdoba”**, una sugerente marca bajo la cual se aglutinaban todas las actividades de estas características que se organizaban en la ciudad. En la actualidad, tras cinco años de vigencia, “Noches de Embrujo” se ha convertido en una marca de referencia a nivel nacional en la temporada de verano.



Visita Nocturna a la Mezquita, Catedral de Córdoba.

La última actuación del Plan de Excelencia Turística de Córdoba, y, a la vez, la más compleja en su ejecución, es la consistente en la implantación de una Visita Nocturna a la Mezquita, Catedral de Córdoba. Esta medida ha acaparado casi totalmente las inversiones de la 4ª anualidad del Plan, y su complejidad ha implicado una ampliación del tiempo de finalización del mismo. Pero, también ha sido la actuación más ambiciosa y de mayor calado de todas las impulsadas por el Plan de Córdoba.

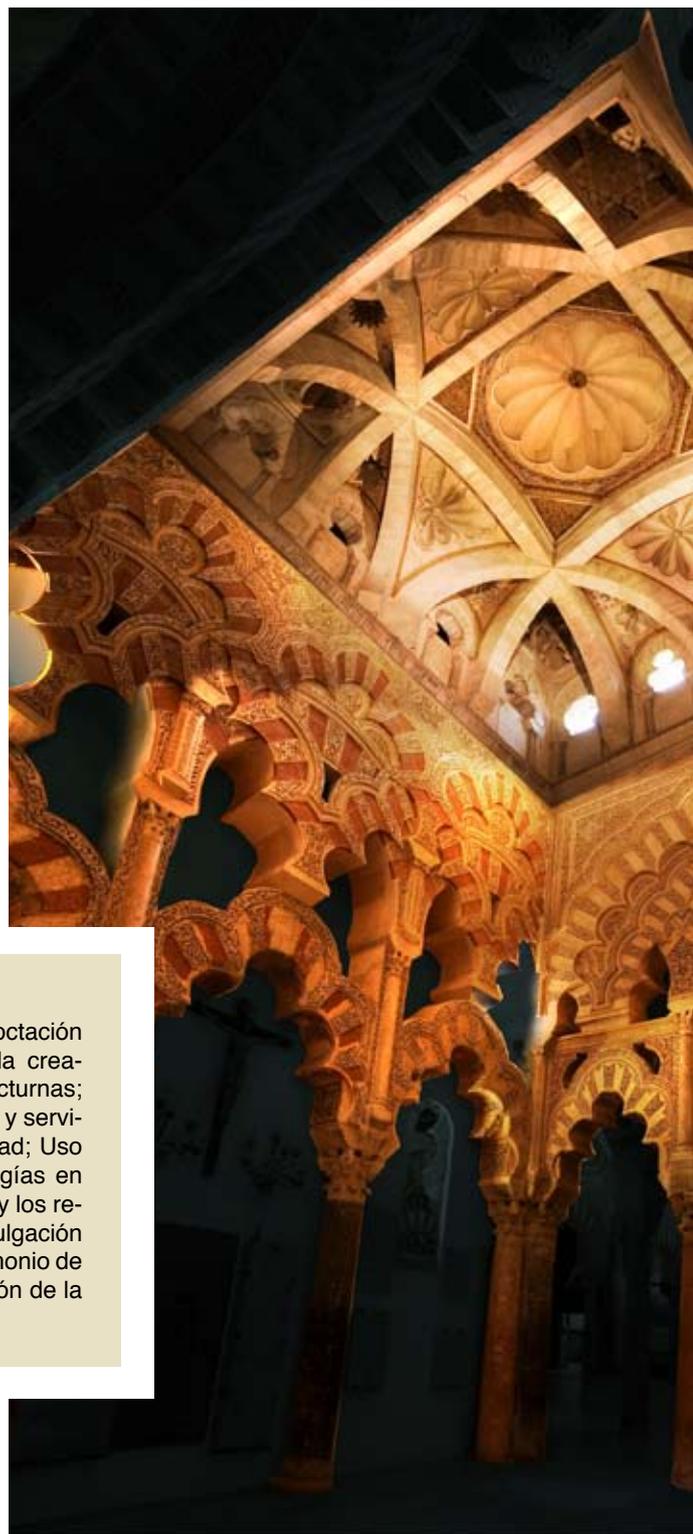
Consiste esta Visita en la creación de una nueva y sorprendente forma de conocer la Mezquita, Catedral, a través de la utilización de tecnología avanzada de iluminación, sonido y proyecciones, para trasladar al visitante el conocimiento profundo del monumento desde la perspectiva histórica, artística y de su significación religiosa.

Los pases de la visita se realizan de forma permanente durante todo el año, en un calendario prefijado con antelación para permitir la reserva anticipada, por la noche y en grupos reducidos de 80 personas, de forma que se le ofrece al visitante una propuesta singular de calidad, en la que se puede sentir como un privilegiado al pasear por el interior del templo abierto exclusivamente para ese grupo de personas.

El recorrido se inicia en el Patio de los Naranjos con una proyección audiovisual que recorre toda la historia del monumento y de la ciudad, para, a continuación, adentrarse en el templo y realizar un recorrido por sus principales hitos transportados por el sonido y la iluminación, que se va produciendo de forma gradual conforme se desarrolla la visita. Las descripciones y explicaciones del recorrido las reciben los visitantes a través de un sistema de auriculares que emitirá simultáneamente en 7 idiomas diferentes.

En definitiva, esta actuación marca un hito en el turismo de la ciudad, al incorporar un nuevo y singular atractivo en torno a uno de los monumentos más impresionantes de Europa, en una franja horaria nocturna que va a propiciar un incremento de las pernoctaciones y la estancia media en la ciudad.

Esta actuación ha sido ejecutada por la empresa General de Producciones y Diseño, S.A.



Objetivos:

Aumento de la pernoctación hotelera a través de la creación de actividades nocturnas; Creación de productos y servicios turísticos de calidad; Uso de las nuevas tecnologías en la difusión de la oferta y los recursos turísticos; Divulgación de la historia y el patrimonio de la ciudad; Diversificación de la oferta turística.



5. Fomento de la calidad en los servicios y sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo:

La competitividad en un mercado tan complejo como el turístico pasa necesariamente por la calidad en la prestación de los servicios. Por ello, uno de los objetivos más importantes del Plan De Excelencia Turística es la sensibilización de los empresarios e instituciones públicas en este campo a través de la organización de jornadas, seminarios, etc. La calidad también se expresa en el trato que los residentes en general le prestan al turista, por lo que también se han llevado a cabo actuaciones específicamente orientadas a fomentar esta sensibilización.

Medidas:

a) Actuaciones para el fomento de la calidad en los servicios:

- Patrocinio del Concurso Gastronómico El Cervatillo 2003-04.
- Organización de Jornadas sobre Calidad en la Oferta de Alojamiento.
- Puesta en marcha del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED).

INVERSIÓN TOTAL: 96.195,82 €

b) Sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo:

- Organización de jornadas, seminarios, creación de productos y campañas publicitarias orientadas a sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo.
- Creación del Juego “Los Secretos de Córdoba”.

INVERSIÓN TOTAL: 62.268,59 €

Introducción

El fomento de la calidad en los servicios es un objetivo fundamental del Plan de Córdoba, ya que es la única forma de garantizar objetivos de competitividad y sostenibilidad en el destino. Por ello, se ha apostado por sensibilizar y formar a los empresarios e instituciones públicas en este campo a través de la organización de jornadas, seminarios, etc. Y, especialmente, a través de la implantación del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED), siendo la ciudad de Córdoba en estos momentos el destino de Andalucía con más empresas distinguidas con esta acreditación de calidad.

En cuanto a sensibilización de los cordobeses sobre la importancia del turismo, el Plan ha tenido tanta presencia en medios de comunicación local durante su implantación, que por si solo ha conseguido un gran protagonismo del turismo entre los principales temas sociales.

No obstante, también se han llevado a cabo actuaciones específicamente orientadas a fomentar esta sensibilización. Actualmente, no creemos que nadie dude de que el turismo representa uno de los principales pilares del desarrollo económico y cultural de Córdoba.



a) Actuaciones para el fomento de la calidad en los servicios:

Patrocinio del Concurso Gastronómico El Cervatillo 2003-04.

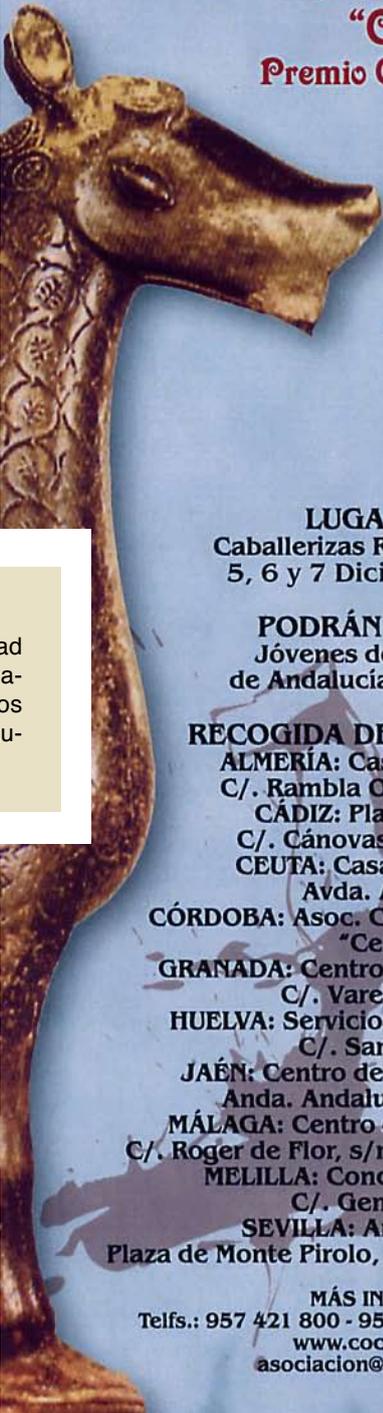
Durante el desarrollo del Plan de Excelencia Turística se han llevado a cabo dos actuaciones específicas para fomentar la calidad de la oferta gastronómica:

1º) El patrocinio del Concurso Gastronómico "El Cervatillo" en sus ediciones 2002 y 2003. Concurso de cocina, repostería y coctelería, que fomenta y apoya a los nuevos cocineros de Andalucía y se estuvo celebrando en Córdoba durante varios años; y

2º) La edición del libro "Las tabernas del Casco Histórico de Córdoba", que recoge la historia de las mejores tabernas de la ciudad, así como sus mejores platos y sus vinos.

Objetivos:

Mejora de la competitividad del destino; Mejora de la calidad en la prestación de los servicios; Difusión de la cultura gastronómica cordobesa.



**IV Concurso Regional de Cocina,
Repostería y Coctelería
"Cervatillo"
Premio Ciudad de Córdoba**



ORGANIZA:
Asoc. Cultural y Gastronómica
"CERVATILLO"

LUGAR Y DÍAS
Caballerizas Reales de Córdoba
5, 6 y 7 Diciembre de 2003

PODRÁN PARTICIPAR
Jóvenes de 18 a 25 años
de Andalucía, Ceuta y Melilla

RECOGIDA DE INSCRIPCIONES
ALMERÍA: Casa de la Juventud
C/. Rambla Obispo Orberá, 23
CÁDIZ: Plan Joven, C.I.J.
C/. Cánovas del Castillo, 41
CEUTA: Casa de la Juventud
Avda. África, s/n.
CÓRDOBA: Asoc. Cultural y Gastronómica
"Cervatillo"
GRANADA: Centro de Información Joven
C/. Varela, 14 bajo-A
HUELVA: Servicios Sociales y Juventud
C/. Santa María, 1
JAÉN: Centro de Información Juvenil
Anda. Andalucía, 47- 5ª planta
MÁLAGA: Centro de Información Joven
C/. Roger de Flor, s/n (estación de autobuses)
MELILLA: Concejalía de Juventud
C/. General Prim, 2
SEVILLA: Area de Juventud
Plaza de Monte Pirolo, s/n (Edificio Hispano Aviación)

MÁS INFORMACIÓN
Telfs.: 957 421 800 - 957 420 853 Fax: 957 422 063
www.cocinajuderia.org
asociacion@cocinajuderia.org

Organización de Jornadas sobre Calidad en la Oferta de Alojamiento.

La sensibilización sobre la importancia de la calidad en la prestación de los servicios turísticos es fundamental. Por esta razón, desde el Plan de Excelencia Turística se impulsó en el mes de octubre de 2003 la celebración de unas interesantísimas Jornadas sobre la Calidad en la Oferta de Alojamiento.

Las Jornadas tuvieron una importantísima respuesta del empresario, así como un alto nivel de ponentes tanto de la administración pública como del sector privado, pudiendo escuchar en las mismas a los máximos expertos sobre el tema a nivel nacional.

Objetivos:

Mejorar la competitividad del destino a través de la calidad en la prestación de los servicios hoteleros; Optimización turística de las infraestructuras; Transmisión de la cultura de la excelencia turística a los colectivos empresariales de la ciudad.



Puesta en marcha del Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED).

El Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destino (SICTED) es un modelo único y universal para controlar la gestión de la calidad en cualquier zona turística. Supone la implantación de un nuevo enfoque de la mejora del sector caracterizado por la gestión coordinada del destino, la aplicación conjunta de parámetros de calidad y la incorporación al proyecto de subsectores no necesariamente turísticos pero sí relacionados con la calidad del mismo.

El Consorcio de Turismo de Córdoba viene trabajando como ente gestor en este proyecto desde el año 2003, y el Plan de Excelencia Turística ha tenido un papel

fundamental en la puesta en marcha de la iniciativa, al financiar los gastos iniciales de implantación del Sistema. En la actualidad, ya son más de 50 las empresas adheridas y más de 30 las distinguidas por el SICTED en Córdoba.

Objetivos:

Mejorar la competitividad del destino a través de la calidad en la prestación de los servicios hoteleros; Optimización turística de las infraestructuras; Transmisión de la cultura de la excelencia turística a los colectivos empresariales de la ciudad.



b) Sensibilización ciudadana sobre la importancia del turismo:

Organización de jornadas, seminarios, creación de productos y campañas publicitarias orientadas a sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo.

Entendemos que esta medida tiene una importancia fundamental, ya que para que un destino turístico se desarrolle de forma sostenida, es necesaria la implicación de todos los agentes locales implicados: Administración, Empresarios, Profesionales, Residentes, etc.

Objetivos:

Sensibilizar a la población y a los agentes turísticos sobre las posibilidades de desarrollo; Coordinación y sensibilización de todos los agentes que interactúan en el destino; Implicación y participación de todos los agentes del destino en el Plan de Excelencia Turística; Dar a conocer la importancia patrimonial y cultural de Córdoba a los propios cordobeses.

En este sentido, la propia implantación del Plan de Excelencia Turística ha supuesto una permanente presencia del turismo en todos los medios de comunicación locales, y el cordobés ha podido compro-

bar cada día cómo el desarrollo del Plan influía en la propia fisonomía de determinados espacios de la ciudad: con arreglo de calles, nuevos arcones contenedores, restauración de monumentos, oficinas de información turística, eventos en las calles y plazas, etc. No obstante, se han llevado a cabo actuaciones concretas destinadas expresamente a sensibilizar a determinados colectivos sobre la importancia del turismo en Córdoba. Cabría destacar:

- Organización de las Jornadas sobre los instrumentos de desarrollo turístico de Córdoba.
- Seminario sobre turismo accesible.
- Taller "Turismo sostenible en ciudades Patrimonio" del Forum de Barcelona 2004.
- I Concurso de Artes Plásticas "Córdoba, Patrimonio de la Humanidad".
- Inserción de información turística en el libro guía de Semana Santa (2003-2004).



Creación del Juego “Los Secretos de Córdoba”.

El juego Los Secretos de Córdoba se trata de una propuesta de conocimiento de la ciudad orientada al visitante y al propio cordobés, que inició su andadura con la presentación del mismo en Fitur 06, y que actualmente cada día disfrutan muchos de los turistas que visitan Córdoba. Consiste en un juego de enigmas que deben resolver nuestros visitantes en un tiempo determinado, y cuyas soluciones se hayan diseminadas por todo el Casco Histórico. Las respuestas no aparecen en guías turísticas, ni es necesario un nivel cultural ni de conocimiento elevado de Córdoba, basta con desplazarse hasta los lugares (plazas, calles, monumentos, museos, etc.) sobre los que se plantean los distintos enigmas para resolverlos. Una vez contestadas todas las preguntas, el visitante recibe un obsequio y un diploma en la oficina de información.

Con esta propuesta de conocimiento se pretende pasar de una visita

meramente contemplativa a una experiencia participativa y con ciertas dosis de aventura, que permite descubrir al visitante una ciudad dinámica y llena de leyendas, curiosidades, anécdotas y grandes historias que hacen que la estancia en Córdoba pueda ser inolvidable.

A la vez esta medida va orientada a la población cordobesa, y en especial a determinados grupos y colectivos (asociaciones, colegios, instituciones, peñas, etc.) que pueden aprender mucho de su ciudad para darse cuenta de la importancia de nuestro patrimonio. El día de la inauguración se organizó una competición por equipos para resolver los enigmas con alumnos del Colegio La Salle de Córdoba que resultó un éxito, y que fue seguido, incluso por la radio local.

Objetivos:

Sensibilizar a la población y a los agentes turísticos sobre las posibilidades de desarrollo; Coordinación y sensibilización de todos los agentes que interaccionan en el destino; Implicación y participación de todos los agentes del destino en el Plan de Excelencia Turística; Dar a conocer la importancia patrimonial y cultural de Córdoba a los propios cordobeses.



6. Gerencia, evaluación y promoción del Plan de Excelencia Turística de Córdoba:

La gestión del PET de Córdoba se ha desarrollado con total normalidad, recibiendo el apoyo y colaboración continua de las administraciones e instituciones firmantes del convenio en su trabajo de ejecución del Plan, y especialmente desde el Ayuntamiento de Córdoba, como administración directamente encargada de dicha ejecución. Es de destacar el papel jugado por el Consorcio de Turismo de Córdoba, creado por el ayuntamiento de la ciudad y los empresarios a raíz de la puesta en marcha del Plan de Excelencia Turística, al garantizar la permanencia y mantenimiento de muchas de las actuaciones financiadas por el propio Plan.

Medidas:

a) Gerencia, evaluación, divulgación y promoción del Plan de Excelencia Turística.

INVERSIÓN TOTAL: 385.406,63 €

Introducción

La gerencia del Plan de Excelencia Turística de Córdoba se ha beneficiado de la puesta en marcha de una Entidad público-privada que se ha creado al inicio de la ejecución del mismo como ha sido el Consorcio de Turismo de Córdoba. Esta Entidad se ha encargado de dar continuidad a las distintas actuaciones que ha ido poniendo en marcha el Plan y de esta manera ha garantizado la permanencia de los resultados positivos de la implantación del mismo. A su vez, el Con-

sorcio de Turismo se ha visto beneficiado de distintos impulsos inversores que han partido del Plan como la creación de oficinas de información turística.

Además, el Plan ha desarrollado una importante tarea divulgadora por toda España de las actuaciones impulsadas desde el mismo, a través de la presencia en jornadas, seminarios, congresos, ferias turísticas, publicidad, medios de comunicación, etc.

a) Gerencia, evaluación, divulgación y promoción del Plan de Excelencia Turística.

El trabajo realizado desde la gerencia del Plan de Excelencia Turística es muy variado, ya que va desde la coordinación con el resto de áreas y departamentos municipales para la puesta en marcha de los distintos proyectos del Plan, hasta la justificación de los gastos de ejecución de cada medida, pasando por la contratación administrativa, la relación con proveedores, la organización de actos de inauguración, encuentros, seminarios, jornadas, gestión de servicios permanentes de atención al visitante, supervisión de la ejecución de las medidas, estudio de las distintas acciones a proponer a la Comisión de Seguimiento, evaluación constante del Plan, promoción y comunicación del mismo (tanto en Córdoba como en el exterior), convocatoria y secretaría de las reuniones de la comisión, relación con las distintas Ad-

ministraciones y Empresarios participantes en el Plan, etc.

Sin embargo, para la realización de toda esta labor el Plan de Excelencia Turística de Córdoba se ha visto ampliamente favorecido por la puesta en marcha del Consorcio de Turismo, que ha asumido la gestión del Plan con medios propios y personal de dicha Entidad. Esto ha supuesto que el Plan de Excelencia Turística de Córdoba haya soportado unos reducidos costes de gestión. Por lo que, la mayoría de los gastos recogidos en este apartado han ido directamente destinados a la promoción y divulgación del Plan.

En cuanto a la divulgación y promoción del Plan, como hemos dicho, la principal vía ha sido la notoriedad de la propia ejecución a



través de las acciones que se han desarrollado, y que se han ido exponiendo detalladamente en esta Memoria. No obstante, se han llevado a cabo durante toda la vigencia del Plan (especialmente con la puesta en marcha) una serie de acciones publicitarias y promocionales consistentes en elaboración de trípticos informativos, página web, inserciones publicitarias, el propio diseño del logotipo y de todo el material de imprenta, spots publicitarios en salas de cine, en televisión, revistas especializadas, presencia en ferias turísticas, etc. En cuanto a ruedas de prensa y presentaciones se han celebrado más de 50 durante el desarrollo del Plan.

Otra línea interesante de divulgación del Plan

ha consistido en la asistencia del gerente a distintos foros, congresos, seminarios y jornadas a nivel nacional, donde se ha expuesto el trabajo y las acciones que se han estado desarrollando en la ciudad. Entre otras son de destacar las presentaciones realizadas en La Laguna (Tenerife), Sevilla, Úbeda, Ceuta. Igualmente, tuvieron una gran repercusión las jornadas que se realizaron en Córdoba organizadas por la Secretaría de Turismo en colaboración con el Plan de Excelencia Turística de Córdoba

para todos/as los/as gerentes de planes de excelencia y dinamización de España, donde pudieron conocer muchas de las acciones que se estaban desarrollando en la ciudad por el Plan.

Objetivos:

Promoción y divulgación de las actuaciones financiadas con cargo al Plan; Difusión de los principios y objetivos del Plan; El impulso y desarrollo del Plan; La continua autoevaluación del resultado de las actuaciones que se van desarrollando desde el Plan de Excelencia Turística.



7. Publicaciones y ediciones financiadas por el PET:

Finalmente, el PET ha realizado una importante labor de difusión y divulgación de la oferta turística y cultural de la ciudad de Córdoba a través de la edición de material promocional, didáctico, informativo, incluso literario con temas cordobeses como fondo o principal protagonista. Así, podemos destacar: CD, DVD, guías, manuales, libros recopilatorios, etc. sobre patios cordobeses, turismo de congresos e incentivos, tabernas de Córdoba, Medina Azahara, arqueología, Trofeo Manolete, etc.

Medidas:

a) Publicaciones y ediciones financiadas por el PET.

INVERSIÓN TOTAL: 262.903,09 €

Introducción

Finalmente, el PET ha realizado una importante labor de difusión y divulgación de la oferta turística y cultural de la ciudad de Córdoba a través de la edición de material promocional, didáctico, informativo, incluso literario con temas cordobeses como fondo o principal protagonista. Así, podemos destacar: CD, DVD, Guías, Manuales, libros recopilatorios, etc. sobre patios cordobeses, turismo de congresos e incentivos, tabernas de Córdoba, Medina Azahara, arqueología, Trofeo Manolete, etc.

a) Publicaciones y ediciones financiadas por el PET.

El material publicado por el Plan de Excelencia Turística de Córdoba, se puede diferenciar por las temáticas escogidas, diferenciándose entre contenidos de divulgación general de la ciudad como destino turístico, y contenidos centrados en aspectos más específicos.

Así, entre las publicaciones de carácter general, destacan dos guías en formato tradicional, una orientada al público hispanoparlante: **Guía del País-Aguilar “Córdoba con Encanto”**, guía que destaca por la calidad de la presentación y de los contenidos, en un formato de viaje traslada una visión muy singular de Córdoba desde el punto de vista del viajero sosegado y sin prisa interesado por conocer a fondo la ciudad. Además, esta guía tiene el atractivo de la importante edito-

rial con la que se ha trabajado, con una gran capacidad de distribución, lo que ha permitido que el libro esté presente en las principales librerías de las ciudades de España y Latinoamérica, lo que supone una importantísima distribución internacional.

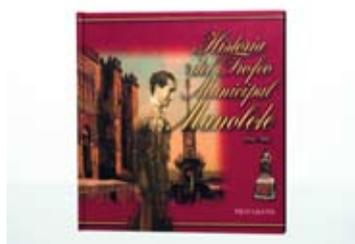
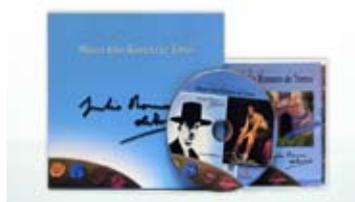
La otra guía de contenidos generales es la **Guía Ilustrada de Córdoba**, elaborada en cinco idiomas en formato A5, también muy fácil de manejar, plantea itinerarios por Córdoba, siguiendo un hilo conductor básicamente territorial (por barrios o zonas claramente diferenciadas), enlazándolo con los aspectos más destacados desde el punto de vista de los aspectos más diferenciadores (patrimoniales, etnológicos, culturales, etc...) de cada zona.



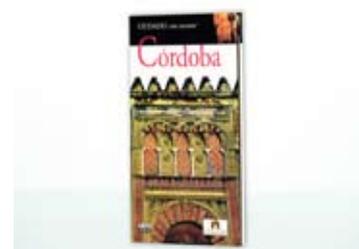
Finalmente, se ha publicado un **CD de Córdoba**, muy atractivo y fácil de usar, con contenidos en seis idiomas (entre los que se incluye el japonés), que incluye, además de un exhaustivo recorrido interactivo por todos los monumentos, museos, calles y plazas de la ciudad, una interesantísima visita a la Mezquita, Catedral, en la que se incluye una reproducción de la evolución de sus fases constructivas.



Si atendemos a publicaciones centradas en determinados segmentos turísticos, destacaremos el material que se ha elaborado para la divulgación de Córdoba como ciudad de congresos. Así, a un atractivo **Cuatriptico de presentación de Córdoba como ciudad de congresos**, hay que sumar la edición de la **Guía Turística de Córdoba 2005 para Congressistas**, en formato de bolsillo, estaba destinada a ser entregada a los asistentes durante ese año a los eventos celebrados a Córdoba, y recogía todas las opciones de disfrute de la ciudad muy orientada a este colectivo. Finalmente, uno de las ediciones más importante que se ha elaborado desde el Plan de Excelencia Turística ha sido el **Manual de Congresos e Incentivos de Córdoba**, un material fundamental para la promoción turística de la ciudad en el segmento de reuniones, elaborado en Español e Inglés, y en formato papel, CD y web. Este manual sido muy utilizado, tanto por el Consorcio de Turismo de Córdoba en su labor de promoción de la ciudad, como por los propios empresarios en sus acciones comerciales y de captación de eventos para la ciudad.



Respecto a las publicaciones del Plan más centradas en aspectos concretos de la oferta o los recursos turísticos de la ciudad, destacamos el **CD y el DVD sobre los Patios de Córdoba**, dos publicaciones de gran calidad para conocer a fondo uno de los elementos más identificativos de Córdoba y Andalucía. Ambos materiales se han rea-



lizado en Español e Inglés. También son de destacar la **Guía Ilustrada** y el **DVD**, ambos **sobre el Yacimiento Arqueológico de Medina Azahara**. Ambas publicaciones están orientadas a la divulgación y conocimiento de este importantísimo monumento, y forman parte del material que se entrega o proyecta a los usuarios del Autobús Diario a Medina Azahara (también impulsado desde el Plan). La Guía Ilustrada está elaborada en cinco idiomas, y se entrega a la subida al Autobús para ser utilizada durante la visita, y el DVD (en español, inglés y francés) se proyecta en

el autobús durante el trayecto de subida y bajada del Yacimiento.

Otras publicaciones dignas de mencionar han sido la **Guía Arqueológica de Córdoba**, editada por Plurabelle, el **CD sobre el Museo de Julio Romero de Torres**, un interesantísimo recorrido interactivo por este interesante museo, elaborado por la empresa cordobesa Puntoreklamo con la colaboración del Área de Cultura, Turismo, Ferias y Festejos del Ayuntamiento de Córdoba, el **Libro de las Tabernas del Casco Histórico de Córdoba**, escrito por Manuel López



Alejandre, hace un recorrido apasionante por la historia y la singularidad de estos establecimientos tan típicos de las costumbres y la gastronomía cordobesas, y, finalmente, el **Libro de la Historia del Trofeo Manolete**, que hace un homenaje a la Fiesta de los toros, tan arraigada en esta tierra y a una de las más importantes figuras de la tauromaquia como fue el torero cordobés Manuel Rodríguez Sánchez “Manolete”.

Todo este material, al que habría que unirle distintas publicaciones vinculadas con otras acciones del Plan, han contado con un canal

extraordinario de distribución, nos referimos a los propios Puntos de Información Turística de la ciudad, gestionados por el Consorcio de Turismo de Córdoba e impulsados y financiados inicialmente por el propio Plan. Todos los PIT han sido concebidos desde el primer momento como una vía de comercialización de material de divulgación de los recursos turísticos de la ciudad, con lo que se ha conseguido un importantísimo canal de distribución a la vez que una vía de financiación que ha garantizado la sostenibilidad de los productos y la reedición de todo el material publicado.

Objetivos:

La promoción y divulgación de los recursos y productos turísticos de la ciudad; El uso de las nuevas tecnologías para la divulgación de la oferta turística; La generación de recursos que garanticen la reedición del material elaborado; El incremento de la duración de la visita turística motivado por una mayor difusión y conocimiento exhaustivo de toda la oferta turística.



6. APORTACION DEL PLAN DE



ES Y RESULTADOS EXCELENCIA TURÍSTICA



El Plan de Excelencia Turística de Córdoba ha marcado el desarrollo turístico de la ciudad en los últimos años, aportando importantes mejoras en distintos ámbitos como la atención al visitante, creación de infraestructuras, mejora de la imagen turística de la ciudad, ampliación de la oferta turística, puesta en valor de recursos patrimoniales y culturales, o creando productos y servicios novedosos que han venido a cubrir carencias en materia de interpretación o acceso al patrimonio.

Se ha editado un importante número de publicaciones en diferentes idiomas, que han servido para divulgar los aspectos más destacados y singulares de nuestra identidad como destino turístico. Igualmente, se ha avanzado bastante en la creación de servicios y programas orientados a ofrecer al visitante atractivas propuestas de ocio cultural nocturno. Para dar a conocer la ciudad se han utilizado las nuevas tecnologías, dotándonos, para la promoción, de un portal web que ya va por los cerca de 400.000 accesos anuales, o de atractivos efectos técnicos que, aplicados a la musealización o a la interpretación, nos permiten conocer de un modo más didáctico y atractivo nuestro patrimonio y nuestra historia.

Se ha apostado decididamente por la calidad aplicada al turismo en todas sus dimensiones, trabajando en la sensibilización, formación e implantación gradual en la prestación de los servicios tanto públicos como privados que recibe el visitante.

Y todo esto, ha servido para que el turismo esté de actualidad en Córdoba y tenga un espacio destacado en los medios de comunicación a través de la información constante publicada sobre las más de 100 actuaciones que ha desarrollado este Plan de Excelencia Turística desde su puesta en marcha efectiva a mediados del año 2002. Así, el sector con más proyección de la economía cordobesa, ha adquirido el protagonismo que le corresponde como dinamizador, generador de riqueza y facilitador de la comunicación y el entendimiento entre culturas.

Finalmente, una de las consecuencias quizás más importantes que ha traído el Plan de Excelencia Turística de Córdoba ha sido conseguir realmente unos efectos sostenibles y duraderos en el tiempo. Así, cuando se empezó a diseñar el Plan, la gran preocupación de Instituciones y Empresarios, era que el mismo no quedase en una serie de fuegos de artificio que, una vez apagados, no dejaran más efecto beneficioso que el mero recuerdo. Para ello, han sido decisi-



vas dos estrategias: la primera, llevar a cabo actuaciones que se han centrado más en recuperar y aprovechar el inmenso legado cultural y patrimonial con el que cuenta Córdoba para generar nuevos productos turísticos, que en inventar propuestas artificiales, posiblemente más espectaculares pero de corta trayectoria; y, la segunda, tener la gran idea, Ayuntamiento y Empresarios, de crear, a la vez que se ponía en marcha el Plan, una Entidad de carácter mixto (público-privado) que ha desarrollado y ejecutado el Plan y ha rentabilizado y le ha dado continuidad a sus principales acciones e iniciativas.

Pero, si en el Plan de Excelencia Turística de Córdoba se puede destacar un logro que, a su vez lo define y lo hace singular, y por lo que podrá ser recordado como un Proyecto bueno para el desarrollo del sector turístico de Córdoba, ese ha sido el entendimiento y la colaboración continua, permanente y leal entre todas las Instituciones que lo han impulsado y lo han desarrollado. El buen clima y la profesionalidad de cada uno de los integrantes de la Comisión de Seguimiento; la apuesta, en todo momento por conseguir los objetivos marcados, incluso en las etapas más complejas de algunas de las medidas desarrolladas; en definitiva, la convicción inquebrantable de Administraciones y Empresarios de que los proyectos ambiciosos sólo se pueden conseguir con la unión y el esfuerzo de todos, ha sido el auténtico logro del Plan de Excelencia Turística de Córdoba.

Agradecimientos:

El mayor logro del Plan de Excelencia Turística de Córdoba lo constituye el esfuerzo de colaboración y coordinación que impregna la propia naturaleza del Proyecto. Por ello, queremos aprovechar esta oportunidad para agradecer la entrega de distintas Instituciones, para que el Plan haya contribuido en los últimos años al desarrollo turístico de Córdoba, y en especial a: Ayuntamiento de Córdoba, Junta de Andalucía, Gobierno Central y CECO, las distintas áreas y técnicos municipales que durante este tiempo han jugado un papel decisivo en la ejecución del Plan, así como a la Gerencia de Urbanismo, Sadeco, Procórdoba Siglo XXI, Vimcorsa, Instituto Municipal de Deportes, Jardín Botánico, Aucorsa, Yacimiento Arqueológico de Medina Azahara, DGT, Hostecor, APIT, Obispado de Córdoba, Cabildo Catedralicio, Asociación Córdoba Ecuestre, empresas y profesionales colaboradores y proveedores del Plan, y a todas aquellas personas sin cuyo apoyo habría sido imposible culminar este Proyecto. A todos, muchas gracias por vuestra colaboración, apoyo e implicación.

Edición: Consorcio de Turismo de Córdoba.
Oficina del Plan de Excelencia Turística de Córdoba.

Diseño y maquetación: Punto y Seguido. Comunicación Integral

Fotografías: Consorcio de Turismo de Córdoba,
Ayuntamiento de Córdoba,
Federico Rodríguez Ardila.

Impresión: Vistalegre Impresores, S.L.

Depósito Legal: CO-859-2009



CÓRDOBA

plan de excelencia turística

Rey Heredia, 22 E · 14003 Córdoba (Spain)
Tel.: 957 20 17 74
www.turismodecordoba.org



AYUNTAMIENTO DE CORDOBA



CONFEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE CORDOBA



JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



MINISTERIO
DE INDUSTRIA,
TURISMO Y
COMERCIO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO Y COMERCIO
SECRETARÍA GENERAL
DE TURISMO



COMUNIDAD EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Fondo Social Europeo



Córdoba | Consorcio
ciudad de encuentro de Turismo



CÓRDOBA 2016
Capital Europea de la Cultura
CIUDAD CANDIDATA

