



PROPUESTA PLAN DE ACCIÓN

TURISMO CÓRDOBA



2021



PLAN DE ACCIÓN

TURISMO CÓRDOBA



- 1.- PUNTO DE PARTIDA.**
- 2.- MESAS DE TRABAJO.**
- 3.- ESTRATEGÍA 2021.**
 - 3.1 MICE**
 - 3.2 GASTRONOMÍA**
 - 3.3 TURISMO ECUESTRE**
 - 3.4 PATRIMONIO CULTURAL**
 - 3.5 PATRIMONIO NATURAL**
- 4.- PROMOCIÓN.**
- 5.- CONVOCATORIA DE SUBVENCIONES.**
- 6.- OBSERVATORIO TURÍSTICO Y CALIDAD.**
- 7.- DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE.**
- 8.- CONVENIOS Y COLABORACIONES.**
- 9.- ANEXO. TABLAS EVALUACIÓN-INDICADORES.**

1.- PUNTO DE PARTIDA.

En este momento nos encontramos ante una situación de crisis en el sector turístico provocada por un fenómeno a nivel mundial, que nos obliga a buscar soluciones diferentes a las utilizadas hasta ahora. Así, con la continua expansión del Covid-19, los países se han visto obligados a adoptar medidas cada vez más restrictivas en la movilidad y las relaciones interpersonales con la finalidad de reducir los contagios, evitar la saturación de los servicios sanitarios y consecuentemente proteger a la población. Estas medidas adoptadas han afectado a todos los sectores económicos, pero muy especialmente al sector turístico y la hostelería.



El mundo ha cambiado y nuestra estrategia turística debe pasar por aprovechar al máximo nuestras fortalezas, optimizar los extraordinarios recursos de los que disponemos y diseñar con mucha precisión las campañas de promoción.

2.- MESAS DE TRABAJO

Es esencial que en estos momentos la unión sea la fuerza que nos ayude a superar esta situación, por lo que debemos apostar sin ambages por una relación entre administraciones, instituciones y agentes turísticos en orden a que las políticas, estrategias y planes operativos estén alineados y con ello conseguir los mejores resultados en el posicionamiento de Córdoba como destino turístico. Esta idea de unión se demuestra en el documento que sirve de base a la redacción del presente plan de acción, constituido por las conclusiones finales obtenidas en las cuatro mesas de trabajo impulsadas por la Confederación de Empresarios de Córdoba en colaboración con la Delegación de Turismo de este Ayuntamiento y que fueron aprobadas por el pleno en sesión ordinaria mediante acuerdo número 231/20 de fecha 17 de septiembre de 2020.

Las mesas se estructuraron en torno a estos cuatro ejes temáticos:

- MICE
- Gastronomía
- Caballo
- Patrimonio cultural y Patrimonio Natural

Es importante señalar que muchas de las conclusiones a las que se llegaron no pueden ser acometidas por esta delegación municipal de turismo puesto que se trata de competencias propias de otras delegaciones.



3.-ESTRATEGÍA 2021

Además de las conclusiones obtenidas de las mesas de trabajo, la sostenibilidad y la competitividad deben ser ejes fundamentales e inseparables para la mejora de la propuesta de valor del Turismo en Córdoba. Un destino sostenible y responsable, con claros beneficios para el medio ambiente y la sociedad en general (vecinos y turistas), y con un enfoque de mejora económico-social y cultural.

Igualmente, debe promoverse la mejora de los componentes del producto turístico, configurando una oferta atractiva mediante la combinación de recursos culturales, gastronómicos, ecuestre, sector MICE y naturaleza. Este desarrollo debe realizarse de forma interconectada, con mecanismos de cooperación interdepartamental e intersectorial para conseguir resultados adecuados a la demanda del mercado y sumamente competitivos.

Así, debemos trabajar en tres campos:

- Promoción.
- Programa de subvenciones.
- Conclusiones de las mesas de trabajo.

3.1-ESTRATEGÍA MICE



El sector del turismo de reuniones o MICE, es la versión más rentable de la actividad turística actual, contribuye especialmente a la desestacionalización de la demanda en los destinos urbanos, a la vez que genera un importante incremento de las pernoctaciones. A esto podemos sumarle el elevado nivel de gasto, y no menos importante, la capacidad de repetición del turista de negocios o de reuniones en general, que con mucha frecuencia vuelve a conocer más tranquilamente el destino en un plano privado o familiar.

Además, el turismo de reuniones, debido a su gran transversalidad, no sólo produce efectos beneficiosos en el propio sector turístico, favoreciendo la optimización de las infraestructuras, servicios, instalaciones y establecimientos turísticos, sino que, además, genera evidentes beneficios sociales y económicos, gracias a su efecto directo en el dinamismo empresarial y en la generación de actividad productiva en general. Por todos estos motivos, la captación del turismo de incentivos, reuniones y congresos, es sin duda un objetivo fundamental a la hora de reactivar la actividad turística en Córdoba.

Córdoba cuenta con un legado histórico difícil de igualar, con una inmejorable situación geográfica y excelentes comunicaciones ferroviarias. La riqueza patrimonial (con cuatro Patrimonios de la Humanidad declarados por la UNESCO), cultural y gastronómica, la amplia oferta hotelera y hostelera, acompañada de una excelente oferta complementaria hacen que Córdoba sea claro referente turístico, si además a todo esto le añadimos que es una ciudad segura y accesible, la convierten en un destino con una gran potencialidad a la hora de presentar cualquier candidatura.

Asimismo, la falta de infraestructuras de años pasados ha dejado de ser un problema, actualmente Córdoba cuenta con un magnífico Palacio de Congresos ubicado en un enclave que lo hace único, y a partir del año 2021 con un Centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones con



más de 7.000 m2 de superficie expositiva distribuida en tres niveles, en el que se dan respuesta a una gran variedad de eventos, por tanto Córdoba puede amoldarse a la necesidad de cada cliente sin ningún problema, pudiendo acoger eventos de cualquier tamaño. Así, emprenderemos las siguientes medidas:

- Continuaremos con las reuniones entre CECO, Junta de Andalucía, Diputación y Ayuntamiento, para reforzar la colaboración y coordinación entre todos a fin de potenciar el sector MICE.
- Realización por el IMTUR de un plan de marketing y promoción específicos del turismo MICE.
- Realización por parte del IMTUR de un contrato de asistencia técnica de los servicios de Promoción y Receptivo de Congresos, Reuniones, Incentivos y Exposiciones cuyo objetivo principal debe ser la realización de acciones de promoción y comercialización de Córdoba como destino de congresos y reuniones.
- Vamos a determinar como mercados objetivo a nivel nacional: Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao. Asimismo, los sectores objetivos serán: el Médico-Sanitario, el Farmacéutico, el Financiero, el de Automoción y el de Seguros; sin olvidarnos de otros como el Agroalimentario, el Joyero o los Colegios Profesionales.
- Adhesión a la ICCA.
- Continuar, cuando sea posible, con la asistencia a las principales ferias del sector de congresos (FITUR Madrid, MIS Eventoplus, Routes Europe, IMEX (Frankfurt), misiones Comerciales con Turismo Andaluz, Turespaña y/o Spain Convention Bureau, IBTM World (Barcelona) y estudiar la asistencia a otras como: The Meet Agency Challenge de Glasgow, la Mice Place a Marseille, el Salón IFTM Top Resa de París el IMEX América de Las Vegas o la Expo de Dubai.
- Participación en el Foro MICE &ForumInside y solicitud para que se celebre en Córdoba en 2022



- Realización de actuaciones específicas de promoción de la ciudad en ciudades españolas que pertenecen a la Red de Ciudades AVE (Madrid, Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia y Zaragoza) incluyendo una promoción específica de Córdoba como destino MICE.
- Crear la marca “Córdoba Ciudad de Congresos” y valorar la propuesta de marca “Córdoba es profesional” dentro de la campaña Córdoba Destino Seguro.
- Promocionar Córdoba como destino MICE en el día de Andalucía dentro del pabellón de España en la expo de Dubai.
- La Delegación de Turismo, apoyará, siempre dentro de sus posibilidades, cualquier acción comercial por parte de empresa privada hacia la captación de un evento a celebrar en la ciudad.
- Creación de una plataforma web Córdoba MICE que recoja todos los eventos que se celebren en Córdoba para que las empresas del sector MICE puedan presentar sus propuestas comerciales.
- Preparación y organización de Fam y PressTrips exclusivos del sector MICE.
- Reactivación del Córdoba Convention Bureau, con la creación de un Consejo Especial Consultivo, en el que estarán representados, a través de CECO, los principales sectores turísticos del sector MICE, así como los Gerentes del Palacio de Congresos, y la persona responsable del futuro Palacio de Ferias y Exposiciones.

3.2-ESTRATEGÍA GASTRONOMÍA



Córdoba y su provincia están en la vanguardia del ámbito culinario y hay que demostrar que tienen capacidad para estar ocupando el primer lugar del ranking mundial del mundo gastronómico. La Córdoba gastronómica debe estar siempre presente en cualquier acción divulgativa o promocional, porque la gastronomía es cultura y la cultura gastronómica de Córdoba es rica. Así:

- Continuar con la colaboración con los empresarios de hostelería y las Denominaciones de Origen (DO).
- Se desarrollará una imagen de marca vinculada a un eslogan, 'Me sabe a Córdoba', con el que se pretende identificar el destino Córdoba como ciudad cultural gastronómica
- Se creará un sello de calidad que vincule al sector de la restauración y hotelería con una denominación común: Córdoba Patrimonio Gastronómico, que a su vez cuente con un logo que actúe como distintivo único. Esta distinción debe trabajarse bajo el amparo de un plan específico que recoja las virtudes gastronómicas, culturales y sociales enraizadas en Córdoba y que vertebran el patrimonio material e intangible de la capital y su provincia
- Realizar un dossier de cocina de alta gastronomía y tradicional; también de espacios gastronómicos para actividades
- Facilitar la página web de Turismo de Córdoba para incluir la comercialización de experiencias gastronómicas diseñadas por el sector.
- Contemplar acuerdos con los productores, desde los agricultores (ASAJA), empresas con denominación de origen, transformadores y distribuidores (COVAP, Cruzcampo, Alhambra, Makro, entre otros).
- Aprovechar la Red de Ciudades AVE para hacer eventos gastronómicos con nuestros chefs, dirigidos a los sectores más relevantes de dichas ciudades, para que se conviertan en prescriptores de Córdoba.
- Ordenar la oferta de proyectos que tengan por objeto la gastronomía y que se vienen desarrollando durante el año buscando las sinergias con el resto de la oferta.



- Ejecución y diseño de un plan de comunicación fundamentado en la divulgación y promoción.
- Promocionar la imagen de Córdoba desde el punto de vista culinario como una ciudad con una cocina muy elaborada, fruto de una cultura milenaria y con productos de altísima calidad con DO.
- Fomentar esa imagen de cocina tradicional y de vanguardia.
- Colaborar en la creación del Centro de Interpretación de la Gastronomía.
- Asistir a los principales eventos gastronómicos de España. Nuestra intención es estar presente en los principales eventos gastronómicos del país; Gastronomika (San Sebastián), Mediterránea Gastronómica (Valencia), Madrid Fusión y Andalucía Sabor (Sevilla).
- El apoyo a los productos de calidad garantizada y denominaciones de origen cordobesas debe reflejarse en una actividad definida como el Día Internacional de las Denominaciones de Origen.
- Proponer la celebración de un congreso de Cocina internacional, unificando alta cocina con cocina tradicional.
- Creación del evento Mujer y Gastronomía.

3.3-TURISMO ECUESTRE

El caballo es el tercer eje estratégico que nos marcamos como prioritario dado el enorme legado histórico que ha tenido Córdoba en todo lo relacionado con la cultura ecuestre de España.

Por tanto, la estrategia para la promoción de Córdoba como destino prioritario en turismo ecuestre es la siguiente:



- Colaborar con Córdoba ecuestre en la promoción nacional e internacional de su espectáculo ecuestre de las Caballerizas Reales, así como en el posicionamiento de “Cabalcor” entre los principales eventos relacionados con el caballo en nuestro país.
- Colaborar con la asociación de ganaderos de caballos PRE de Córdoba para la promoción y desarrollo del concurso morfológico de caballos españoles en las Caballerizas Reales en el contexto de Cabalcor así como en el desarrollo de un programa de actividades que tienen por objeto situar a Córdoba como ciudad referente del caballo de pura raza española.
- Colaborar con la asociación nacional de criadores de caballos árabes para la celebración del Campeonato de España de caballos árabes y el raid internacional de Córdoba.
- Organización de la IV Feria internacional de turismo ecuestre.
- Promocionar la marca “Córdoba Capital Mundial del Caballo Español”.
- Se trabajará para resolver definitivamente, con la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, la inclusión de la marca “Córdoba, Capital Mundial del Caballo Español” y del espectáculo ecuestre de Caballerizas Reales en la promoción internacional de Andalucía y el caballo; de la misma forma que están otras ciudades andaluzas (SICAB en Sevilla, Escuela de Jerez, Carreras de Sanlúcar, etc.).
- Seleccionar los eventos, ferias y congresos del caballo en España y Europa de más prestigio, y coordinar la presentación de la oferta ecuestre de Córdoba en ellos. Incluyendo la difusión de todos los recursos e infraestructuras turísticas de Córdoba.
- Organizar presentaciones turísticas de Córdoba, aprovechando el espectáculo de Córdoba Ecuestre, en las redes y grupos a las que pertenece (Red de ciudades AVE, Red de ciudades Patrimonio de la Humanidad, etc.).
- Crear el portal web del turismo ecuestre, que incluya una guía de recursos ecuestres de Córdoba, dentro de IMTUR. Y facilitar la puesta en marcha una plataforma de comercialización de los recursos y productos turísticos con enlace a todas las plataformas del sector, y acuerdos con los principales tour operadores.



- Aprovechar las magníficas relaciones de Córdoba Ecuestre, con las principales Escuelas Europeas, para hacer intercambios y promociones turísticas, ya que coinciden con los países (Francia, Alemania, Italia, Portugal, etc.) que movilizan más turismo hacia España.
- Poner en marcha un programa de rutas a caballo por la Sierra de Córdoba y espacios naturales.
- Promover con la Universidad de Córdoba la cátedra de caballo español.
- Impulsar el legado histórico y el vínculo de Córdoba con el origen del caballo Pura Raza Español organizando jornadas específicas y actividades promocionales.

3.4-PATRIMONIO CULTURAL

El objetivo fundamental de este eje es fortalecer la imagen de Córdoba Patrimonio de la Humanidad, mediante las siguientes acciones:

- Apoyar y promover la creación de nuevas experiencias de turismo patrimonial/cultural, enriqueciendo las mismas con aplicación de tecnologías de realidad virtual, realidad aumentada, visitas virtuales, que favorecen fidelizar a los turistas en las distintas fases del ciclo del viaje (inspiración, disfrute en el destino, recuerdo).
- Potenciar la responsabilidad y la innovación como valores que deben estar presentes en la gestión de todos los agentes implicados en el turismo patrimonial/cultural de Córdoba. Debemos crear valor compartido promoviendo nuevas fórmulas en las que las necesidades sociales y los beneficios empresariales se complementen, y de esta forma dar respuesta a los retos compartidos del destino Córdoba.



- Segmentar la oferta turística de turismo patrimonial/cultural con una orientación clara a los mercados a los que se dirige. Los productos de turismo patrimonial/cultural deben ser concretos y con un carácter experiencial y deben ser comercializados por los canales más adecuados.
- Apoyar la economía local de Córdoba desde el turismo patrimonial/cultural incentivando la creación de experiencias que incluyan recursos culturales, recursos naturales y gastronomía, favoreciendo con ello la mejora del producto turístico, la oferta de Córdoba como destino y la creación de riqueza para las empresas y autónomos, así como las posibilidades de creación de más empleo.
- Promocionar el centenario de la fiesta de los patios, así como los grandes eventos culturales de la ciudad tales como son el Festival de la Guitarra, Noche Blanca del Flamenco, Flora, etc.
- Potenciar el Centro de Recepción de Visitantes con un programa consensuado de gestión específica de información turística de la ciudad, potenciando con la Diputación Provincial la posibilidad de unir la oferta turística municipal con el atractivo de la provincia, al objeto de difundir una mayor oferta turística que incremente el número de pernoctaciones. Es importante vincular el turismo de la ciudad con el de la provincia, por ejemplo en ámbitos como el del patrimonio histórico-artístico.
- Continuar con la programación de actividades que hacen referencia a las cuatro culturas que configuran la identidad multicultural de Córdoba (Otoño Sefardí, Kalendas, Córdoba en Púrpura, Noches de Ramadán)
- Potenciar y dinamizar el turismo de artesanía.
- Difundir una ruta artesanal de Córdoba, en los Puntos de Información y mediante canales digitales.
- Promover la realización de exposiciones de artesanía para incorporarla como una seña de identidad de la ciudad.



- Potenciar, junto con la Delegación competente, el Zoco Municipal como espacio esencial de promoción de la actividad artesana en la ciudad.
- Valorar la oportunidad de celebración de un Congreso de Turismo Patrimonial en colaboración con la UCO, para realizar estudios de mejora de la oferta patrimonial y promocionar Córdoba capital mediante su patrimonio material.

3.5- CORDOBA PATRIMONIO NATURAL

Se propone la marca “*Córdoba Destino Natural*” como una estrategia para el posicionamiento de Córdoba como ciudad de destino para la práctica de actividades relacionadas con la naturaleza tales como son el MTB, senderismo, turismo ecuestre y observación de fauna silvestre en el término municipal de Córdoba.

Durante los últimos años y en especial a raíz de la llegada del Covid a nuestras vidas, hay una tendencia muy marcada en la búsqueda de hábitos y estilos de vida saludables que, por supuesto, tiene su prolongación en el interés por un tipo de turismo relacionado con la naturaleza. En este contexto hemos podido comprobar como el turismo de interior y rural ha experimentado un fuerte crecimiento en detrimento de aquel otro relacionado con la visita a grandes ciudades. Todo lo que ahora suene a desarrollo sostenible, biodiversidad, deportes al aire libre, salud, etc. es tendencia.

Contamos con una situación geográfica privilegiada puesto que Córdoba está ubicada entre la falda de Sierra Morena y la vega del Guadalquivir. A esto hay que añadir la buena salud de nuestros ecosistemas con varios espacios naturales protegidos, una red de caminos y



senderos públicos muy bien conservados y señalizados y una “manzana verde” en pleno núcleo urbano y en la que nos encontramos con recursos auxiliares tan valiosos como son el centro de educación ambiental, real jardín botánico, zoo, ciudad de los niños y las niñas, parque Cruz Conde y teatro de la Axerquía. Además, tenemos excelentes comunicaciones por carretera y red AVE situándonos a menos de una hora de dos aeropuertos internacionales.

Nuestro objetivo es completar la oferta patrimonial de Córdoba con esta otra en la que el protagonista es nuestro patrimonio ambiental. Tenemos que ser capaces de posicionarnos como una ciudad saludable, respetuosa con el medio ambiente y con una oferta potente de recursos y actividades para su desarrollo en el medio natural. Nuestra fortaleza con respecto a otros destinos es que somos los únicos que podemos ofrecer cuatro patrimonios de la humanidad en una ciudad con una marcada impronta natural.

4.-PROMOCIÓN.

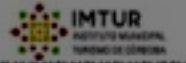
La promoción debe hacerse teniendo siempre en cuenta que el objetivo principal debe ser la fidelización del origen de aquellos turistas que más nos visitan y, en este sentido, hay que destacar que a nivel nacional nuestros principales visitantes (según estadística del año 2019 tomada de la atención en el CRV) provienen de:

Turismo nacional:

- Andalucía: 22,09%
- Madrid: 17,81%
- Comunidad Valenciana: 10,80%
- Cataluña: 10,36%

PLAN DE ACCIÓN

TURISMO CÓRDOBA



- Castilla León: 6,9%
- País Vasco: 5,5%

Turismo internacional

- Francia: 22,4%
- Alemania: 17,7%
- Estados Unidos: 7,8%
- Reino Unido: 7,8%
- Italia: 7,4%
- Sudamérica: 5,6%
- Asia: 5,1%

Total, turismo nacional: 40,8%

Total, turismo internacional: 59,2%

Conforme a los datos que se manejan, potenciar la red AVE se considera fundamental, puesto que Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña son ciudades AVE y disponen por lo tanto de una comunicación perfecta con la ciudad. Además de esto y con respecto a la fidelización hay que tener muy presente que la comunidad de Madrid tiene 6,5 millones de potenciales visitantes, la Comunidad Valenciana 4,9 millones o Cataluña 7,7 millones.

Igualmente, y en función de la situación sanitaria, debe priorizarse la acción exterior en aquellos países que mayor número de turistas proporcionan a la ciudad, así como a los más cercanos.



Con respecto al mensaje, debemos fortalecer la imagen de Córdoba como la ciudad de España con más patrimonios de la humanidad de España y una de las que más cuenta con este título en el mundo. Una ciudad de tamaño medio, alejada de las aglomeraciones de las grandes ciudades, saludable, sostenible, cultural, accesible y, en definitiva, viva. Córdoba lleva en su ADN la cultura del mimo y el cuidado, y si tiene cuatro Patrimonios de la Humanidad es precisamente por esa impronta de la protección de lo propio. Del mismo modo que cuidamos de nuestro patrimonio, de la gastronomía, la artesanía y las tradiciones, Córdoba cuidará de sus visitantes.

Nuestro elemento de referencia es la cultura del patio, concebido como ese reducto de tranquilidad donde todo está cuidado al detalle y donde uno se siente protegido. Un lugar donde el tiempo pasa entre los colores y los olores que nos aportan las plantas y las flores. Un patio es un remanso de paz y así debemos vender a la ciudad, como un lugar donde todo se cuida al detalle y se mimma. Igual que cuidamos nuestros patios cuidamos a nuestros vecinos y también a los que vienen a visitarnos. **Palabras clave: luz, colores, sol, patrimonio, detalle, cuidado, mimo, excelencia, descanso, paz...**

5.-CONVOCATORIA DE SUBVENCIONES

Es un instrumento esencial de fomento de determinadas medidas resulta ser la concesión de subvenciones. Dichas subvenciones van a ir dirigidas a ayudar a todo el sector turístico, dando cabida al talento de nuestra capital para poder llevar a cabo eventos que llenen de contenido nuestra ciudad en las noches de jueves a sábado, con el fin de aumentar el número de pernотaciones.



Uno de los principales objetivos de esta iniciativa debe estar encaminado al mantenimiento de los puestos de empleo de calidad y para ello se tendrá en cuenta la opinión de los agentes sociales, con el objetivo de favorecer un correcto desarrollo de la concertación social.

Del mismo modo resulta esencial fomentar las actividades de las propias asociaciones del sector turístico al objeto de contribuir a las actuaciones que puedan desarrollar y supongan difusión o mayores recursos turísticos para la ciudad.

6.-OBSERVATORIO TURÍSTICO Y CALIDAD

El observatorio turístico es una herramienta estadística de recopilación y generación de información sobre la actividad turística de la ciudad, permitiendo disponer de datos sistematizados, ordenados y actualizados de la misma, lo cual supone una ventaja competitiva de gran valor. Nace de la necesidad de disponer de una adecuada información turística de la ciudad. La información turística disponible en nuestro país es más escasa cuando se desciende desde el ámbito nacional a otros de menor dimensión, como son la provincia, la comarca o el municipio. En el caso de Córdoba, la información era muy escasa, dispersa y de difícil acceso. Actualmente se están realizando 4 boletines trimestrales y 1 Informe Anual.

En el año 2021 se va a firmar un convenio de colaboración con la Universidad de Córdoba para potenciar este Observatorio.

La estrategia para este apartado debe ser además de lo expuesto la siguiente:

- Certificación de la Oficina de Información Turística y PIT Tendillas con la Q de Calidad Turística.
- Revisión y actualización de la documentación y procedimientos que tenemos en el IMTUR para obtener la certificación de las oficinas de Información con la norma Q de Calidad Turística UNE-ISO: 14785:2015.



- Sistema Integral de Calidad en Destino (SICTED): captación de nuevas empresas/servicios turísticos y formación y asesoramiento a nuevas empresas adheridas
- Formación y asesoramiento a Empresas Ciclo 2, 3 y 4
- Evaluación externa a empresas/servicios turísticos
- Mantenimiento de los distintivos SICTED para la Oficina de Información turística, y Convention Bureau.
- Elaboración de una campaña de promoción de "Córdoba destino de Calidad" tomando como referencia a las empresas/servicios turísticos distinguidos con el Compromiso de Calidad Turística SICTED.
- Campaña de promoción "Córdoba, destino seguro": tomando como hilo conductor la campaña "Córdoba destino de Calidad", podemos realizar la campaña "Córdoba destino seguro".
- Prolinguatur: Puesta en marcha de la segunda edición del programa Prolinguatur.

7.-DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

La ciudad debe fomentar la innovación y la tecnología como uno de sus ejes vertebradores, al objeto de utilizar soluciones y servicios tecnológicos que permitan su posicionamiento como destino turístico inteligente e innovador. Así, es necesaria la integración, con servicios de tecnología interactiva, de la información necesaria para el visitante o el residente local, potenciando el comercio local, para generar incremento de riqueza económica y empleo, y fomentando la autonomía en las visitas turísticas, el consumo y la compra por impulso. Implantación de una oficina turística virtual de información a los viajeros, empresas y turoperadores para facilitar al máximo la estancia del turista en nuestra ciudad y alcanzar la máxima accesibilidad en los servicios y productos turísticos.



Además, hay que mejorar la implantación de tecnologías disponibles para favorecer la reserva y compra de tickets de acceso a museos y recursos patrimoniales. Así, una vez aprobada la adhesión a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes es necesario iniciar el proceso determinado por una metodología creada en su momento por SEGITUR, en la que las tecnologías son importantes, pero también el modelo de organización y gestión del Destino, la gobernanza, la sostenibilidad del Destino, la accesibilidad y la convivencia con los vecinos nos permita avanzar en la senda de transformar Córdoba en Destino Turístico Inteligente. En este sentido, y para profundizar en la sistematización de la información ofrecida al turista se trabaja en el desarrollo de una Agenda Única que recoja todas las actividades que tienen lugar en Córdoba, de modo que el viajero pueda organizar su estancia en función de las actividades que la ciudad ofrece cada día del año.

Ante la necesidad de ofrecer un destino seguro vamos a necesitar soluciones tecnológicas como: tener tu audioguía en el dispositivo móvil no necesitando así auriculares en los monumentos; ni guardar colas para acercarte a un código QR o NFC; además de recibir la información relevante del lugar solo con situarte en las inmediaciones, sin utilizar ni tocar planos de papel. De esta forma, se propone la redacción y ejecución de un proyecto para la implantación de dichas soluciones tecnológicas innovadoras que ofrezcan información interactiva, mejorando las experiencias y la relación con los visitantes. Asimismo, se propone la redacción y ejecución de otro proyecto para la instalación de paneles informativos en todos los edificios catalogados con BIC, así como en aquellos espacios singulares que cuenten con una historia especial tales como son la Calleja del Pañuelo, Puerta de Sevilla...)

8.-CONVENIOS Y COLABORACIONES

Además de todo lo indicado y en ocasiones para su adecuado desarrollo, resulta esencial la suscripción de convenios de colaboración que permitan canalizar la realización de acciones conjuntas en materia turística con entidades públicas y privadas y en concreto:



- Convenio de colaboración con la Universidad de Córdoba para la apertura de Mausoleos romanos.
- Convenio de colaboración con la Universidad para la ejecución del programa Prolinguatur.
- Convenio de colaboración entre el Instituto Municipal de Turismo de Córdoba y la Andalucía Film Comission para la adhesión a la red Andalucía Film Comission.
- Convenio para la celebración del Campeonato de España de caballos árabes.
- Convenio con la Universidad de Córdoba para la implementación del Observatorio Turístico.
- Convenio con la Universidad de Córdoba para fomentar turismo de salud mediante el facilitador “Córdoba Mundo Salud”

9.- ANEXOS.

- Anexo I. Tablas de evaluación e indicadores

ANEXO I

3.1 MICE

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Colaboración entre CECO, Junta de Andalucía, Diputación y Ayuntamiento, para potenciar el sector MICE.	Anual	Número de acciones	Sin Coste, incluido en otras acciones	0 -100%	Reprogramación
2	Asistencia técnica de los servicios de Promoción y Receptivo de Congresos, Reuniones, Incentivos y Exposiciones	Anual	Adjudicación: SÍ / NO	40.000,00 € mas I.V.A	0 -100%	Reprogramación
3	Adhesión a la ICCA	Anual	Adhesión	4.906,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Asistencia a ferias	Anual	Número de asistencias	A determinar en función de las asistencias definitivas	0 -100%	Reprogramación
5	Actuaciones específicas de promoción de la ciudad en ciudades españolas que pertenecen a la Red de Ciudades AVE (Madrid, Barcelona, Málaga, Sevilla, Valencia y Zaragoza)	Anual	Número de acciones	A determinar	0 -100%	Reprogramación
6	Desarrollo plataforma web Córdoba MICE que recoja todos los eventos que se celebren en Córdoba para que las empresas del sector MICE puedan presentar sus propuestas comerciales	Segundo semestre	Desarrollo	10.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
7	Fam y PressTrips exclusivos del sector MICE	Anual	Número de acciones	15.000,00	0 -100%	Reprogramación
8	Creación de un Consejo Especial Consultivo	Segundo semestre	Creación si/no	Sin coste	0 -100%	Reprogramación

3.2 GASTRONOMIA

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Colaboración con los empresarios de hostelería y las Denominaciones de Origen (DO).	Anual	Acciones desarrolladas	Sin coste, según acciones específicas	0 -100%	Reprogramación
2	Desarrollo de imagen de marca vinculada a un eslogan, 'Me sabe a Córdoba'	Primer trimestre	Realización Si/No	6.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
3	Creación de sello de calidad que vincule al sector de la restauración y hotelería con una denominación común: Córdoba Patrimonio Gastronómico	Primer trimestre	Realización Si/No	6.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Facilitar la página web de Turismo de Córdoba para incluir la comercialización de experiencias gastronómicas diseñadas por el sector.	Anual	Realización Si/NO	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
5	Acuerdos con los productores, desde los agricultores (ASAJA), empresas con denominación de origen, transformadores y distribuidores (COVAP, Cruzcampo, Alhambra, Makro, entre otros).	Anual	Realización Si/NO	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
6	Realización en la Red de Ciudades AVE de eventos gastronómicos	Anual	Número de acciones realizadas	A determinar	0 -100%	Reprogramación
8	Diseño de un plan de comunicación gastronómico	Primer trimestre	Realización Si/No	3.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
9	Ejecución del plan comunicación gastronómico y fomento de cocina	Anualmente abarcando próximos ejercicios	Realización Si/No	A determinar en función del plan de comunicación	0 -100%	Reprogramación
10	Asistencia a los principales eventos gastronómicos de España.	Anual	Número de eventos	30.000,00 €	0 -100%	Reprogramación

1	Celebración de un congreso de Cocina internacional, unificando alta cocina con cocina tradicional.	Segundo Semestre	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación
1	Creación del evento Mujer y Gastronomía.	Segundo semestre	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación

3.3.- TURISMO ECUESTRE

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Colaborar con Córdoba Ecuestre en la promoción nacional e internacional de los espectáculos ecuestres de las Caballerizas Reales	Anual	Número de acciones realizadas	A determinar	0 -100%	Reprogramación
2	Colaborar con la asociación de ganaderos de caballos españoles de Córdoba.	Segundo semestre	Realización Si/No	30.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
3	Colaborar con la asociación nacional de criadores de caballos árabes para la celebración del Campeonato de España de caballos árabes y el raid internacional de Córdoba.	Segundo semestre	Realización Si/NO	30.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Desarrollo del programa Otoño del Caballo 2021.	Segundo semestre	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación
5	Organización de la IV Feria internacional de turismo ecuestre.	Segundo semestre	Realización Si/No	15.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
6	Promocionar la marca "Córdoba Capital Mundial del Caballo Español".	Anual	Número de acciones realizadas	Incluido en promoción	0 -100%	Reprogramación
7	Asistencia a eventos, ferias y congresos del caballo en España y Europa	Anual	Número de asistencias	A determinar	0 -100%	Reprogramación
8	Organizar presentaciones turísticas de Córdoba, aprovechando el espectáculo de Córdoba Ecuestre	Anual	Número de realizaciones	A determinar	0 -100%	Reprogramación

9	Crear el portal web del turismo ecuestre, que incluya una guía de recursos ecuestres de Córdoba, dentro de IMTUR	Segundo semestre	Realización Si/No	10.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
10	Poner en marcha un programa de rutas a caballo por la Sierra de Córdoba y espacios naturales	Anual	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación
11	Impulsar el legado histórico y el vínculo de Córdoba con el origen del caballo Pura Raza Español organizando jornadas específicas y actividades promocionales.	Anual	Número de acciones realizadas	A determinar	0 -100%	Reprogramación

3.4.- PATRIMONIO CULTURAL

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Fortalecer la imagen de Córdoba Patrimonio de la Humanidad.	Anual	Número de acciones realizadas	Incluido en promoción	0 -100%	Reprogramación
2	Apoyar y promover la creación de nuevas experiencias de turismo patrimonial/cultural, enriqueciendo las mismas con aplicación de tecnologías de realidad virtual, realidad aumentada, visitas virtuales, que favorecen fidelizar a los turistas en las distintas fases del ciclo del viaje (inspiración, disfrute en el destino, recuerdo	Anual	Número de acciones realizadas	Incluido en acciones promocionales	0 -100%	Reprogramación
3	Potenciar la responsabilidad y la innovación	Anual	Número de acciones realizadas	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
4	Segmentar la oferta turística de turismo patrimonial/cultural con una orientación clara a los mercados a los que se dirige	Anual	Número de acciones realizadas	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
5	Apoyar la economía local de Córdoba desde el turismo patrimonial/cultural	Anual	Número de acciones realizadas	Sin coste /incluido en otros apartados	0 -100%	Reprogramación
6	Promocionar el centenario de la fiesta de los patios	Anual	Número de acciones	Incluido en promoción	0 -100%	Reprogramación
7	Potenciar el Centro de Recepción de Visitantes con un programa consensuado de gestión específica de información turística de la ciudad,	Anual	Realización Si/No	Sin coste	0 -100%	Reprogramación

	potenciando con la Diputación Provincial la posibilidad de unir la oferta turística municipal con el atractivo de la provincial					
8	Programación de actividades de referencia a las cuatro culturas que configuran la identidad multicultural de Córdoba (Otoño Sefardí, Kalendas, Córdoba en Púrpura, Noches de Ramadán)	Anual	Realización Si/No	160.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
9	Creación y desarrollo de la marca "Córdoba destino natural"	Primer semestre	Realización Si/No	6.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
10	Potenciar y dinamizar el turismo de artesanía.	Anual	Realización Si/No	Incluido en acciones de promoción	0 -100%	Reprogramación
11	Difundir una ruta artesanal de Córdoba, en los Puntos de Información y mediante canales digitales.	Anual	Realización Si/No	A determinar en cuanto a los costes en los puntos de información	0 -100%	Reprogramación
12	Promover la realización de exposiciones de artesanía para incorporarla como una seña de identidad de la ciudad.	Anual	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación
13	Potenciar, junto con la Delegación competente, el Zoco Municipal como espacio esencial de promoción de la actividad artesana en la ciudad.	Anual	Número de acciones realizadas	A determinar	0 -100%	Reprogramación

3.5 PATRIMONIO NATURAL

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Realización de estudio sobre Córdoba como destino de naturaleza "Córdoba Destino Natural"	Primer semestre	Realización Si/NO	15.730,00 €	0 -100%	Reprogramación
2	Desarrollo de la marca "Córdoba Destino Natural"	Primer semestre	Realización Si/No	6.000,00 €.	0 -100%	Reprogramación
3	Desarrollo de acciones de promoción en el marco del estudio de Córdoba como destino natural	Anual	Realización Si /No	A determinar	0 -100%	Reprogramación

4.- PROMOCIÓN

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Potenciar la promoción en las ciudades de la red AVE	Anual	Número de acciones	Sin Coste, incluido en cuota	0 -100%	Reprogramación
2	Fortalecer la imagen de Córdoba como la ciudad de España con más patrimonios de la humanidad	Anual	Realización: Sí / NO	Sin coste, se incluye en las acciones de promoción	0 -100%	Reprogramación
3	Acciones publicitarias	Anual	Número de acciones e importe consumido	260.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Asistencia a ferias	Anual	Número de asistencias	20.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
5	Asistencia a receptivos	Anual	Número de asistencias	15.000,00 €	0 -100%	Reprogramación

5.- SUBVENCIONES

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Apoyo al sector turístico mediante la concesión de subvenciones	Todo el año	Realización Si/No	170.000,00€:	0 -100%	Reprogramación
2	Subvenciones específicas a asociaciones del sector turístico	Todo el año	Realización Si/No	60.000,00 €	0 -100%	Reprogramación

6.- OBSERVATORIO TURISTICO Y CALIDAD

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimientos	Consecuencia
----	-----------	-------	----------	-------------	------------------------	--------------

1	Certificación de la Oficina de Información Turística y PIT Tendillas con la Q de Calidad Turística.	Primer semestre	Realización Si/NO	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
2	Revisión y actualización de la documentación y procedimientos para obtener la certificación de las oficinas de Información con la norma Q de Calidad Turística UNE-ISO: 14785:2015.	Primer semestre	Realización Si/No	A determinar	0 -100%	Reprogramación
3	Sistema Integral de Calidad en Destino (SICTED): captación de nuevas empresas/servicios turísticos y formación y asesoramiento a nuevas empresas adheridas	Anual	Número de nuevas empresas	3.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Formación y asesoramiento a Empresas Ciclo 2, 3 y 4	Anual	Realización de formación.	3.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
5	Evaluación externa a empresas/servicios turísticos	Anual	Realización de evaluación	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
6	Mantenimiento de los distintivos SICTED para la Oficina de Información turística, PIT AVE y Convention Bureau.	Anual	Realización Si/No	Sin coste	0 -100%	Reprogramación
7	Elaboración de una campaña de promoción de "Córdoba destino de Calidad" tomando como referencia a las empresas/servicios turísticos distinguidos con el Compromiso de Calidad Turística SICTED.	Anual	Realización Si/NO	Incluido dentro de promoción	0 -100%	Reprogramación
8	Campaña de promoción "Córdoba, destino seguro": tomando como hilo conductor la campaña "Córdoba destino de Calidad", podemos realizar la campaña "Córdoba destino seguro".	Anual	Realización Si/NO	Incluido en promoción	0 -100%	Reprogramación
9	Prolinguatur: Puesta en marcha de la segunda edición del programa Prolinguatur.	Segundo semestre	Realización Si/No	40.000,00	0 -100%	Reprogramación
10	Aprobación del observatorio turístico	Primer semestre	Realización Si/No	19.965,00 €	0 -100%	Reprogramación

7.- DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
1	Realización de estudio de situación en el marco de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes	Anual	Realización Si/NO	A determinar	0 -100%	Reprogramación
2	Nuevas webs en el marco de la general	Anual	Realización Si/NO	Incluido en otros apartados	0 -100%	Reprogramación
3	Adjudicación desarrollo de aplicaciones turísticas y nueva web municipal (segunda parte fondos FEDER)	Segundo semestre	Realización Si/No	49.680,69 €	0 -100%	Reprogramación
4	Proyectos sostenibilidad turística en destino	Segundo semestre y años sucesivos	Inicio de tramitación Si/NO	A determinar en función del importe concreto solicitado	0 -100%	Reprogramación
5	Implantación de una oficina turística virtual de información	Segundo semestre	Realización Si/NO	A determinar	0 -100%	Reprogramación
6	Proyecto para la implantación de soluciones tecnológicas innovadoras que ofrezcan información interactiva de espacios concretos	Anual	Realización Si/NO	50.000,00 €	0 -100%	Reprogramación

8.- CONVENIOS Y COLABORACIONES

Nº	Actuación	Plazo	Medición	Presupuesto	Grado de cumplimiento	Consecuencia
----	-----------	-------	----------	-------------	-----------------------	--------------

1	Convenio de colaboración con la Universidad de Córdoba para la apertura de Mausoleosromanos.	Primer semestre	Realización si/no	6.500,00 €	0 -100%	Reprogramación
2	Convenio de colaboración con la Universidad para la ejecución del programaProlinguatur.	Segundo semestre	Realización Si/No	40.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
3	Convenio de colaboración entre el Instituto Municipal de Turismo de Córdoba y la Andalucía Film Commission para la adhesión a la red Andalucía Film Commission.	Primer semestre	Realización Si/No	3.630,00 €	0 -100%	Reprogramación
4	Convenio con AECCA para la celebración del Campeonato de España de caballosárabes.	Primer semestre	Realización Si/No	30.000,00 €	0 -100%	Reprogramación
5	Convenio con la Universidad de Córdoba para la implementación del observatorioturístico.	Primer semestre	Realización Si/No	19.965,00 €	0 -100%	Reprogramación
6	Colaborar con la asociación de ganaderos de caballos españoles de Córdoba	Primer Semestre	Realización Si/No	30.000,00 €	0 -100%	Reprogramación