



Córdoba, 20 de noviembre de 2019

Más de un centenar de profesionales del sector turístico aúnan visiones para convertir a Córdoba en referente del turismo de congresos

- *Según el viceconsejero de Turismo, la provincia “vive un año histórico” en cuanto a crecimiento turístico, estando “al doble de la media andaluza”*

Representantes de todas las instituciones de la ciudad, así como del sector turístico local, han asistido en la mañana de hoy a la celebración de la **primera Jornada Técnica de Turismo ‘Cómo hacer la ciudad de congresos que queremos’**, organizada por la Consejería de Turismo Regeneración, Justicia y Administración Local, a través de su delegación territorial de Córdoba y con la colaboración del Palacio de Congresos.

Esta jornada, a la que han asistido más de un centenar de profesionales y expertos del sector turístico, ha contado con la presencia e intervención del **viceconsejero de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local de la Junta, Manuel Alejandro Cardenete**, quien ha destacado que Córdoba “vive un año histórico” en cuanto a turismo, ya que, según datos de la administración autonómica, “**hasta el mes de octubre, la provincia ha recibido a más de 900.000 turistas**”, incrementando esta cifra un 6% con respecto a periodos anteriores, estando “al doble de la media del resto de Andalucía”, cuyo crecimiento se posiciona en el 3%, y que “de seguir así”, Córdoba será “la primera o segunda provincia andaluza en cuanto a crecimiento del turismo en el año 2019”, ha puntualizado Cardenete.

En cuanto a turismo de congresos, “**es el segmento de mayor crecimiento potencial para España en su conjunto**”, apuntan desde la Consejería. Un segmento que “ha conseguido romper la estacionalidad de turismo de sol y playa de nuestra comunidad”, ha destacado el viceconsejero, para quien la organización de congresos “es fundamental para hacer crecer el valor del turismo y que este sea permanente y con tendencia positiva”.

“Córdoba tiene que coordinar su oferta turística, contando con colaboración de las instituciones públicas y privadas”, ha resaltado Cardenete, ofreciendo los recursos de la Junta y Delegación “desde la plena conciencia de que esta provincia tiene margen de crecimiento”, en cuanto a cifras de turismo congresual. “Córdoba, hoy por hoy, está mas cerca de esta meta y esta jornada

debe ser un punto inflexión para mirar hacia el futuro y trabajar por una mayor rentabilidad turística”, ha puntualizado el viceconsejero.

En relación a la segunda fase del Palacio de Congresos, “la Junta de Andalucía ha hecho una apuesta definitiva y seria para que el PCC termine ya su manida y aburrida fase dos, porque no podemos ofrecer lo que queremos si no lo tenemos terminado”, ha concluido Cardenete.

La jornada ha continuado con la intervención de representantes de importantes empresas y entidades de la ciudad, como Cajasur, a través de su directora de Banca de Instituciones, Rocío del Pino; o la Universidad de Córdoba, que ha contado con la intervención del vicerrector de Coordinación, Cultura y Comunicación, Luis Medina. Tras ello, ha llegado el turno de la primera mesa redonda del día, la cual ha versado sobre la promoción del sector MICE y la captación de congresos en Córdoba y que ha contado con las opiniones del presidente de la Comisión de Turismo de CECO, Javier Campos; el director de Turismo Andaluz, José Luis Córdoba; y la directora de Relaciones Internacionales del Instituto Halal, Bárbara Ruiz.

Tras una breve pausa, **Salvador Fuentes, delegado de Hacienda, Urbanismo y Ordenación del Territorio**, ha intervenido en la jornada para anunciar la publicación de la licencia de la segunda fase del Palacio de Congresos, que “**probablemente tenga lugar la próxima semana**”, ya que, según Fuentes, el documento se encuentra actualmente en Cultura “a la espera de un informe preceptivo”, que “saldrá favorable”. Además, el delegado de Urbanismo ha querido destacar la necesidad de “tener altura de miras y ser competitivos” para vender Córdoba y que los cordobeses “aprendan a venderla”, ya que “Córdoba tiene que estar en el mapa”, ha concluido.

Por su parte, el **presidente de la Asociación de Organizadores de Congresos AOC, Vicente Serrano**, ha aprovechado su intervención para reclamar la finalización de la segunda fase del Palacio y tener así “un espacio adecuado”, tras “muchos años de lucha”. Serrano, así, añadía a este reclamo la petición de la creación de un Convention Bureau de Córdoba “dotado de personal e infraestructuras, además del apoyo del empresariado” para “hacer de Córdoba una ciudad de congresos”, que “todavía no somos en su totalidad”, ha finalizado.

Dentro de la temática del turismo, la Mezquita-Catedral de Córdoba, “vecina” del Palacio de Congresos, ha sido también una de las sedes más protagonistas de la jornada como “foco de la ciudad y del mundo”. Para hablar sobre ello, el **déan-presidente del Cabildo Catedral de Córdoba, Manuel Pérez Moya**, ha querido hacer hincapié en la idea de “marca”, a través de la ciudad “hacemos alusión a la imagen de nuestra ciudad, donde se proyecta en nuestras mentes la Mezquita-Catedral, un fiel testimonio de la historia de Córdoba, de

España y de la humanidad y, además, icono y símbolo de nuestra ciudad, que adquiere un carácter universal”, ha concluido el deán.

Tras él, **Antonio Díaz, presidente de CECO y recién estrenado presidente de la Cámara de Córdoba**, ha puesto especial énfasis en la elaboración de una hoja de ruta para la potenciación del turismo y del sector de congresos en la ciudad, presentando dos “asignaturas pendientes” que “deben cumplirse” para potenciar la imagen de Córdoba. Una de ellas, “**la coordinación entre Córdoba y provincia**”, ya que “no pueden ir separadas”, con el objetivo de “hacer de Córdoba un destino líder, en el mas amplio sentido de la palabra”. Para Díaz, la segunda “asignatura pendiente” es “una colaboración publico-privada planificada”, para crear una “unidad de acción” por parte de los empresario, para “ir a lo realmente importante para esta ciudad y la provincia”.

Por último, el presidente de CECO ha resultado, al igual que otros muchos ponentes, la importancia de una marca, ya que “si una marca es buena, vende sola”. “Córdoba hasta ahora ha vendido sola, ahora tiene que vender planificada y coordinada, porque entonces venderemos mucho mas”, porque, según Díaz, “la marca Córdoba es muy buena, pero muy mejorable”.

Para concluir el acto, ha tomado la palabra, en primer lugar, **Juan Salado, adjudicatario del espacio**, quien ha agradecido a intervinieres y autoridades su asistencia, así como la participación en el Programa Embajadores a los más de 1.300 inscritos en este, ya que “ser embajadores es una actitud voluntaria hacia lo nuestro”, así como a las 94 empresas homologadas en el Palacio de Congresos de Córdoba. Salado, además, ha querido aprovechar su turno de palabra para hacer un llamamiento a la “cesión de cada una de las partes, en beneficio de la unidad”, y ala necesidad de la conclusión de las obras del espacio, ya que “este año, el Palacio ha perdido 11 congresos por falta de espacio”, algo que “no tiene sentido” y por lo que pide “tomar cartas en el asunto” a autoridades.

Tras él, **Purificación Joyera, delegada territorial de Turismo de la Junta en Córdoba; e Isabel Albás, concejala de Turismo y primera teniente de alcalde del Ayuntamiento de Córdoba**, han puesto el punto final a esta primera jornada, reclamando ambas la existencia de la “finalidad común” para que “Córdoba tenga un turismo mejor”y “posicionarla en la franja del turismo de congresos y que nuestra ciudad sea referente de este sector”.



—
Ana Moreno
Prensa y comunicación
T. +34 673 958 513
E. comunicacion@palaciodecongresosdecordoba.es

palaciodecongresosdecordoba.es
f | t | i | in |