

## Córdoba no es de los destinos turísticos más competitivos

La ciudad ocupa el puesto 13 en un ranking nacional integrado por 20. La accesibilidad y el patrimonio cultural son lo que más se valora

F. EXPOSITO 23/05/2013

Turistas acceden a la Mezquita-Catedral. A.J. GONZÁLEZ

La ciudad de Córdoba no destaca por su competitividad para atraer el turismo, pese al crecimiento que se viene observando en los últimos años en plena crisis. Un informe de Exceltur, la asociación que engloba a las principales empresas del sector, sitúa a Córdoba en el decimotercer puesto en un ranking de 20 que encabezan Barcelona, Madrid y Valencia, mientras que Sevilla ocupa el cuarto lugar; Málaga, el séptimo y Granada, el décimo. Este estudio (Urbantur 2012) reconoce la importancia del turismo en las ciudades como motor de desarrollo económico y generación de empleo, pero también el apoyo que prestan los ayuntamientos para impulsar el sector. En el caso de Córdoba, en un índice de 100, alcanza un valor de 93,9, con ventajas competitivas respecto a otras ciudades, pero también con debilidades. El informe recoge un decálogo estructurado en seis pilares: oferta de ocio; productos de negocio; entorno urbano y vida local; accesibilidad y movilidad; gobernanza y gestión estratégica y resultados turísticos.



En el caso de Córdoba, Exceltur destaca entre los valores más destacados de Córdoba su accesibilidad y movilidad, un aspecto en el que se incluyen la frecuencia de trenes de alta gama, la conectividad con la alta velocidad, el coste del transporte público aeropuerto-ciudad o el del servicio de taxi. En este pilar ocupa el séptimo lugar, aunque en el coste del servicio de taxi se considera como la mejor posicionada. Otra de las ventajas competitivas de la ciudad es su capacidad de atracción por su oferta de productos de ocio, entre los que destaca sus grandes iconos de turismo cultural. Exceltur remarca también aspectos positivos como la dotación de zonas wifi de acceso gratuito, la eficacia en el tratamiento de los residuos o el esfuerzo presupuestario municipal a favor del turismo, la vocación comercial del portal de la ciudad y la flexibilidad jurídica de la entidad de gestión turística. Entre las ciudades medias (las que tienen entre 200.000 y 500.000 habitantes), Córdoba se sitúa en el cuarto lugar, tras Bilbao, Granada y Gijón, destacando la posición competitiva de tres ciudades que tienen menos de 200.000 habitantes (San Sebastián, Santiago de Compostela y Salamanca), que se sitúan por delante de Córdoba.

**LO NEGATIVO** La asociación de empresas de turismo define en su informe desventajas competitivas en capítulos como la calidad de la oferta hotelera de alta categoría, la reputación interna de la ciudad, la conectividad aérea, la agilidad en la gestión administrativa y la estancia media. Junto a estas debilidades, Exceltur también destaca el mal posicionamiento comercial en turistas de alto gasto, el bajo atractivo de los espacios públicos, la calidad del aire o la afluencia asociada a la celebración de reuniones y congresos.

Precisamente, en el ranking general la atracción de la oferta de productos turísticos de negocios no es la más adecuada, al posicionarse en el decimocuarto puesto en el ranking. En este pilar, Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Zaragoza son los cinco destinos principales, seguidos de Bilbao y Málaga.