

CÓRDOBA

La presión turística de Córdoba es de las más bajas de las ciudades patrimonio

- Un estudio revela que la capital tiene capacidad de crecimiento en el sector si se hace de forma moderada



Turistas en el Puente Romano. / EL DÍA

ÁLVARO VEGA (EFE)
25 Diciembre, 2019 - 18:56h



Un estudio del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (Gcph) ha detectado en **Córdoba** una escasa presión turística de 2,95 –el índice que mide el número de viajeros que pernoctan por habitante– en comparación con las otras nueve ciudades que se evalúan, lo que da margen al crecimiento.

Así lo entienden agentes del sector y la teniente de alcalde de Desarrollo Económico y Turismo del Ayuntamiento de Córdoba, Isabel Albás, para quien la ciudad tiene que trabajar “en estrategias que potencien lo cualitativo sobre lo cuantitativo”.

Se trata, a su juicio, de buscar “un turismo de mayor calidad, que consuma más, deje más recursos económicos y genere riqueza”, ya que la presión turística “no supone una amenaza real” en Córdoba, pese a lo que es preciso trabajar para evitar que el caudal de visitantes se convierta en un lugar en el que no se pueda disfrutar de la presencia de visitantes “suponga un perjuicio”.

Quiero estar al día de la actualidad en Córdoba? Suscríbete a nuestras notificaciones X

para el patrimonio”.

Según los resultados del Observatorio Gcphe 2019, solo Tarragona está por debajo de Córdoba, con un índice de 1,42, mientras que Santiago de Compostela es está en el 7,54, seguida de Toledo (7,13), Segovia (5,59), Ávila (5,36), Salamanca (4,71), Mérida (4,14), Cuenca (3,5) y Alcalá de Henares (3,02). Las otras cinco poblaciones que firman parte del grupo no disponen de este índice porque carecen del dato de ocupación hotelera que elabora el Instituto Nacional de Estadística. Se trata de Úbeda, Baeza, Ibiza, La Laguna y Alcalá de Henares.

El presidente de la Comisión de Turismo de la Confederación de Empresarios de Córdoba (CECO), Javier Campos, también asume que “cabe posibilidad de aumento” pero que “podemos llegar a tener problemas” si la ciudad no moderniza su oferta turística ante el “riesgo de la masificación y la banalización”. Campos cree que “debemos replantearnos un poco el tema” y ampliar la zona de afluencia de turistas con diversas iniciativas y “vender Córdoba de otra manera, cambiar el discurso y coser la brecha con la provincia”.

Para Antonio Ramos, consultor turístico y responsable de Adeitur, una empresa especializada en turismo y desarrollo local, existe “posibilidad de planificar para crecer”, siempre que sea “de forma sostenible” y que se haga teniendo en cuenta “los errores de los demás”, en cuyos casos sitúa, como ejemplo, a Barcelona, Granada y el casco histórico de Málaga.

A su juicio, Córdoba está “a tiempo de hacer una planificación” no sólo por su situación en comparación con las demás ciudades que son Patrimonio Mundial, sino con otras de su entorno, como la propia Granada y Sevilla, o sus características, según un estudio de la propia consultora, que la situó en 2017 en un índice de presión turística de 3,11 frente al 7,66 que se da en la capital granadina y al 3,79 en la ciudad hispalense.

Pese a tener el menor índice de presión turística, Córdoba es la ciudad en la que más viajeros pernoctaron en 2018, fecha sobre la que la consultora Brainstrust, que ha hecho el análisis para el Gcphe, con 959.875, aunque al ser la capital con mayor número de habitantes le produce el bajo cociente.

El informe sitúa a Córdoba en un segmento, cuyo reto es “crecer sin saturar” y “aumentar la recurrencia y gestionar el aumento de la presión turística, evolucionando su modelo”, en el que también aparecen Santiago de Compostela e Ibiza.

A las otras dos ciudades andaluzas, Úbeda y Baeza, las incluye en un tramo, junto a Cáceres, Mérida y Cuenca, a las que recomienda “equilibrar la oferta con la demanda, atrayendo más público, en especial extranjero, subiendo la estancia media en general, y, de esta forma, transformando su modelo”, mientras que a las otras siete capitales le sugiere trabajar para “aumentar la estancia, incrementando el peso de extranjeros, desarrollando así su modelo”.