

La jornada de la UCO sobre turismo de congresos apunta a la puesta en marcha de una oficina técnica y de un plan director como estrategias de recuperación del sector

Esta mañana ha tenido lugar la jornada técnica sectorial sobre turismo de congresos, reuniones e incentivos de empresa (turismo MICE) organizado por el Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo (CAPT) de la UCO con el patrocinio de la Fundación Cajasur. Esta jornada se justifica por la gran importancia estratégica para el turismo cordobés que tiene el segmento MICE, no solamente por el nivel de gasto diario medio-alto de la demanda, sino también por su mayor estancia media, su efecto desestacionalizador del destino y generar efectos de arrastre importantes en otros subsectores de actividad como el de la restauración y los alojamientos hoteleros.

Entre las principales conclusiones y recomendaciones extraídas del estudio llevado a cabo por el CAPT entre agentes del sector, se encuentra la necesidad de la puesta en marcha de la oficina técnica, identificada por los expertos como Convention Bureau, un instrumento técnico y altamente profesionalizado del sector que fuese el motor de desarrollo del mismo de forma proactiva y que entre sus responsabilidades tuviera la prospección, promoción y apoyo al sector, coordinando asimismo a todos los actores involucrados en el desarrollo y posicionamiento del sector MICE. También, tendría que estar altamente profesionalizado y con amplia capacidad de dirigirse a nuevos mercados y atender sus tendencias



De izquierda a derecha: Ángel Cañadillas, Enrique Quesada y Antonia Alcántara O.B.

y modelos experienciales que el mismo ya exige. En segundo lugar, se pide la redacción de un Plan Director de Dinamización del sector MICE que identifique los mercados objetivos con relación a nuestras actuales potencialidades y señas de identidad, buscando que el sector autóctono sea precursor y promotor de iniciativas MICE en nuestra capital, e identificando estrategias y acciones de atracción del sector foráneo hacia nuestra capital. Dicho plan recaería entre las funciones desempeñadas por la oficina técnica, y correspondería a la misma su ejecución, así como evaluación.

Igualmente, entre otras conclusiones, el sector pide la promoción a nichos concretos, apertura a nuevos mercados, el posicionamiento competitivo en el patrimonio histórico y cultural, la profesionalización y especialización del sector, el desarrollo de modelos y protocolos colaborativos, la puesta en valor de las infraestructuras necesarias e identificación y desarrollo de actividades complementarias diferenciadoras, así como adecuación de espacios únicos, y el apoyo decidido, liderazgo y voluntad de colaboración público-privada de las administraciones públicas responsables con relación a las infraestructuras pendientes del Palacio de Congresos y Centro Ferial y de Exposiciones, vial de cercanías a estas instalaciones y aeropuerto, así como promoción del sector.

El director del Centro de Análisis y Prospectiva del Turismo (CAPT) de la UCO ha señalado que “la crisis del Covid19 ha frustrado, es verdad, la importante recuperación que el turismo MICE había registrado en Córdoba entre los años 2017 y 2019, con unas cifras en torno a unos 24.000 viajes al año, situándose incluso en 2019 en la tercera posición en el ranking provincial andaluz. Pero ahora, tras unos tímidos síntomas de recuperación al menos del mercado nacional en los

últimos tres meses de este año de 2021, es el momento de la reflexión y de la reacción proactiva para prepararse adecuadamente para hacer frente a las nuevas tendencias del turismo MICE en la etapa post-Covid”.

El vicerrector de Investigación y Desarrollo Territorial de la UCO, Enrique Quesada Moraga, ha agradecido el patrocinio de la Fundación Cajasur al CAPT para que este año pueda seguir “investigando y generando conocimiento con rigor científico que ayude al sector, tanto público como privado, a tomar decisiones basadas en datos”. Ángel Cañadillas Moyano, presidente de la Fundación Cajasur, ha vuelto a reiterar su apoyo al CAPT porque en él confluye “mucho conocimiento y capacidad investigadora volcados en la ciudad y en el entorno más sensible que tenemos: el turismo y el patrimonio cultural”. Asimismo, ha insistido en la riqueza que genera el turismo MICE “por su capacidad de apreciar el patrimonio y sus estancias más prolongadas y alejadas del modelo del turismo de masas”.

Antonia Alcántara, presidenta de la Comisión de Turismo de CECO, ha pedido reforzar la Oficina de Congresos del IMTUR mediante un ente de comercialización y captación de eventos al objeto de fortalecer el posicionamiento competitivo y comercial de la ciudad en la captación de congresos, reuniones y todo tipo de incentivos de empresa. Remedios Molina, gerente del IMTUR, ha insistido en “crear un plan estratégico y de acción común y continuada, porque tenemos todos los ingredientes para tener un gran producto turístico MICE”. Asimismo, ha anunciado que el IMTUR ha sacado un pliego técnico para promoción del turismo MICE por un valor de 170.000 €, prorrogable por otro año más, que se espera esté ya funcionando para febrero o marzo del 2022.