



## ORDENANZA MUNICIPAL REGULADORA DEL SERVICIO PÚBLICO TURISMO DE CÓRDOBA

### INTRODUCCIÓN

La ciudad de Córdoba cuenta con atractivos monumentales e históricos de primer nivel, con un patrimonio cultural que fue reconocido por la UNESCO, en 1994, Patrimonio de la Humanidad, todo lo cual le hace ser una de las ciudades más visitadas de España, en general, y de Andalucía, en particular, ha ido desarrollando una industria turística que constituye uno de los sectores de mayor importancia para la ciudad y sus habitantes.

En la actualidad el turismo cultural es una de las modalidades que más creció y la industria turística lo reconoció por su potencial económico, ello ha generado una preocupación por la explotación y preservación del patrimonio histórico-cultural puesto en juego. El turismo cultural emerge como una consecuencia del propio desarrollo del mercado turístico, de su necesidad de diversificación y de la creciente importancia de la nueva clase media urbana, con un alto nivel de estudios, interesados en conocer y experimentar algo especial, diferente de la oferta turística masiva, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico.

El primer aspecto que conviene subrayar es la privilegiada posición de Córdoba en el panorama turístico nacional e internacional, que la sitúa como uno de los destinos turísticos culturales más visitados y valorados en nuestro país. Esta situación se encuentra explicada por su rico legado histórico cuyo símbolo más representativo es la Catedral de Córdoba, antigua Mezquita, uno de los monumentos más importantes de la arquitectura hispano-musulmana y principal atracción turística de la ciudad.

Junto al gran número de recursos y monumentos de los que dispone, Córdoba cuenta con una variada oferta turística que se ha ido diversificando en los últimos años, convirtiéndola en un destino cultural de primer orden en el ámbito nacional y en un vértice del turismo cultural regional para grupos de visitantes que se acercan a conocerla en forma de tour o circuito, juntos con otras estancias cortas-de menos de un día- a otras ciudades como Sevilla o Granada.

Una prueba que evidencia la significación de Córdoba como foco de atracción turística es la consideración del Instituto Nacional de Estadística, en su Encuesta de Ocupación Hotelera, como punto turístico. Esta denominación, dentro de la cual solo se incluyen a municipios con un peso relativo importante en el sector y donde la concentración de la oferta turística es significativa, recoge a Córdoba, juntos con otras ciudades turísticas por excelencia como Torremolinos, Marbella, Sevilla, Granada o Barcelona. Atendiendo al número de viajeros alojados en establecimientos hoteleros -en el que no se tiene en cuenta el alojamiento extrahotelero-, se puede comprobar la avanzada posición que tiene Córdoba en comparación con otras capitales turísticas nacionales.

La presente Ordenanza se sustenta competencialmente en la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local, en adelante LRBRL, en artículo 25.2. establece que : "*El Municipio ejercerá en todo caso como competencias propias, en los términos de la legislación del Estado y de las Comunidades Autónomas, en las siguientes materias:*

*h) Información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local."*



Artículo 92,2 del Estatuto de Autonomía para Andalucía que dispone: *"Los Ayuntamientos tienen competencias propias sobre las siguientes materias, en los términos que determinen las leyes: k) Promoción del turismo."*

Atribuciones competenciales que fueron desarrolladas por Ley 5/2010, de 11 de junio, de Autonomía Local de Andalucía, en adelante LAULA, así respecto a las competencias turísticas, en el artículo 9. se establece que los municipios andaluces tienen las siguientes competencias propias:

...../.....

*"16. Promoción del turismo, que incluye:*

- a) La promoción de sus recursos turísticos y fiestas de especial interés.*
- b) La participación en la formulación de los instrumentos de planificación y promoción del sistema turístico en Andalucía.*
- c) El diseño de la política de infraestructuras turísticas de titularidad propia."*

**En este sentido el art. 4 de la Ley 13/2011, de 23 de diciembre, del Turismo de Andalucía establece que:**

**“Artículo 4. Competencias de los municipios.**

- 1. Son competencias propias de los municipios en materia de turismo las determinadas en el artículo 9.16 de la Ley 5/2010, de 11 de junio.**
- 2. La Junta de Andalucía podrá transferir o delegar en los municipios cualesquiera otras competencias en materia de turismo de acuerdo con lo previsto en la sección 4.ª del Capítulo II del Título I de la Ley 5/2010, de 11 de junio.**

## CAPÍTULO PRIMERO. OBJETO Y FINES

### Artículo 1.-Objeto.

Esta ordenanza tiene como objeto la descripción de las funciones, servicios, actividades y normativa para la atención y gestión turística del municipio a fin de desarrollar las actividades de orientación, asesoramiento, información y apoyo tanto para el turista como al sector turístico en general.

### Artículo 2. Fines

En el marco de los objetivos de desarrollo y promoción turística el servicio municipal de Turismo tendrá los siguientes fines:

- Dinamizar el desarrollo de la industria turística de Córdoba.
- Promover la mejora de la oferta turística de la ciudad.
- Consolidar y reforzar el posicionamiento turístico de Córdoba en los mercados nacionales e internacionales.
- Promover la presencia activa de Córdoba en el mercado turístico, procurando la coordinación de los sectores interesados en el fomento del turismo.
- Lograr el incremento sostenido de la demanda turística.
- Promover actividades encaminadas a incrementar la demanda turística
- Profundizar en el conocimiento de los componentes y factores de la industria turística de Córdoba.
- Promover la mejora de los productos y servicios turísticos actuales, y el desarrollo de nuevos



productos coherentes con las nuevas tendencias de los mercados.

- Impulsar el desarrollo de Córdoba en los mercados de referencia: Turismo Cultural, Urbano, Reuniones y Congresos, Gastronómico, Eventos, etc.
- Favorecer y promover la celebración de convenciones, reuniones y actividades análogas, nacionales e internacionales, en la ciudad de Córdoba.
- Ser el ámbito de participación del sector privado en la gestión de Córdoba como destino turístico; coordinando al conjunto de agentes involucrados en el desarrollo de su industria turística.
- Colaborar con otras entidades públicas o privadas en la promoción de Córdoba.
- Potenciar la mejora de la calidad de la oferta turística cordobesa.
- Estudiar y analizar la realidad turística de la ciudad y ofrecer al sector la información conseguida.
- Gestionar instalaciones y equipamientos de interés turístico o de interés para la ciudad.
- Promover, gestionar y comercializar productos y servicios de interés turístico.
- Coordinar su actividad con las áreas y dependencias municipales que tengan relación con **la actividad de información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local.**
- Coordinación de actuaciones y proyección turística de Córdoba en redes de colaboración y cooperación con otras administraciones y entidades relacionadas con el sector turístico.
- **Realizar cualesquiera otras acciones, distintas a las expresadas, relativas a la información y promoción de la actividad turística de interés y ámbito local**

## CAPÍTULO SEGUNDO. DERECHOS Y DEBERES

### Artículo 3 Derechos de los/as usuarios/as

Los principales derechos de la ciudadanía en general y de los usuarios/as de los servicios objeto de **este precepto**, recogidos básicamente en la normativa relativa a régimen jurídico de las Administraciones Públicas, procedimiento administrativo común, transparencia y protección de datos, son:

- Ser tratados con respeto y deferencia.
- Recibir información sobre el servicio que se presta.
- Conocer la identidad del personal bajo cuya responsabilidad se presta el servicio.
- Ser objeto de una atención directa y personalizada.
- Elegir el canal presencial, telefónico o electrónico a través del cual relacionarse con el Ayuntamiento (salvo **en los supuestos establecidos normativamente** que estén obligadas a relacionarse a través de medios electrónicos).
- Exigir responsabilidades a su Administración y personal cuando así corresponda legalmente.
- Presentar sugerencias, reclamaciones y felicitaciones sobre el funcionamiento de los servicios.
- A la protección de datos de carácter personal y en particular a su seguridad y confidencialidad.

Además de los derechos anteriores, los usuarios/as que acceden a los Servicios de atención turística tienen los siguientes derechos:

- Ser atendidos por personal con formación especializada, para recibir respuestas adecuadas a la solicitud de información.
- Recibir una atención integral y ágil por personal debidamente capacitado e identificado.
- Recibir una información objetiva y veraz, clara y comprensible, concreta, íntegra y adecuada a la información solicitada.
- Recibir una información unificada con independencia del medio utilizado y de la ubicación



física en donde se solicite.

- Ser atendidos preferentemente en su propio idioma y, en cualquier caso, en español o en inglés
- Recibir la hoja de sugerencias y reclamaciones cuando la soliciten.
- Disponer de material informativo sobre la oferta turística de Córdoba.

#### **Artículo 4. Deberes**

- Mantener siempre una actitud correcta y de respeto hacia el personal que le atienda y demás usuarios/as.
- Seguir las indicaciones establecidas por el personal de los SAIT y servicios vinculados al funcionamiento del mismo.
- Facilitar la información necesaria al personal para poder dar una adecuada respuesta a la solicitud del/la usuario/a.
- Hacer un uso correcto, respetuoso y adecuado de las instalaciones y equipamientos, así como del Patrimonio Histórico, artístico, cultural y ecológico.

### **CAPÍTULO TERCERO. SERVICIOS**

#### **Artículo 5. Información y Comercialización:**

Las funciones de este servicio son las de Información y atención al visitante, atendiendo sus sugerencias, recogida de información turística, servicio de visitas a la carta o personalizadas y, en general, cuantas actividades conlleve el desarrollo de actuaciones necesarias para favorecer y promocionar la estancia de los visitantes: accesos, aparcamientos, señalización, información de los eventos, seguridad, horarios de monumentos y museos, entre otros.

#### **Servicio de Atención Presencial**

Es un servicio de atención personalizada a todos/as aquellos/as usuarios/as que acudan en persona a los puntos de información turística, ofreciendo una atención completa, resolutive, objetiva e inmediata y sirviendo de nexo entre el visitante y la ciudad. Además,

Sus actividades principales son:

- Recepción, identificación y evaluación de las preguntas de información turística.
- Identificación y búsqueda de la información solicitada.
- Suministro de información turística de la Ciudad en varios idiomas sobre:  
Patrimonio histórico-artístico, tradiciones, trabajos artesanales, ocio y cultura, alojamiento, gastronomía, compras, rutas turísticas, transportes, etc.
- Resolución de cualquier tipo de pregunta de información relacionada con el ámbito turístico, y canalización de aquellas cuestiones no relacionadas con el mismo.
- Información específica en campañas y eventos especiales de la Ciudad.
- Suministro, si fuera preciso, de cualquier folleto o material para completar o aumentar la información dada.
- Información específica relativa a productos turísticos como Visitas Guiadas Normalizadas, Tarjeta Turística, Bus Turístico etc.

#### **Servicio de Atención No Presencial**

Es un servicio que pretende acercar a los/as cordobeses/as y a los visitantes, actuales y potenciales, las informaciones imprescindibles sobre Córdoba de forma directa pero sin necesidad de desplazarse a un punto de información turística, tanto para la planificación de su viaje como para el disfrute de su estancia en la Ciudad.



Este servicio se presta a través del correo electrónico, web chat en línea del portal [www.....](http://www.cordoba.es), teléfono y correo ordinario en español, en francés y en inglés.

Además existe información no presencial 24 h a través de la página web [www.....](http://www.cordoba.es) donde se puede encontrar información general y descargarse todas las publicaciones turísticas editadas por la entidad.

Sus actividades principales son:

- Recepción e identificación de las preguntas recibidas.
- Atención a las necesidades de los/as turistas potenciales que quieren planificar su viaje a Córdoba.
- Búsqueda y suministro de información turística de la Ciudad en varios idiomas mediante teléfono o electrónico sobre: Patrimonio Histórico - Artístico, Ocio y cultura, Alojamiento, Gastronomía, Compras, Rutas turísticas, Transportes, etc.
- Resolución de cualquier tipo de pregunta de información relacionada con el ámbito turístico, y canalización de aquellas cuestiones no relacionadas con él.

#### Artículo 6. Promoción:

Desarrollo de todas las actuaciones encaminadas a la promoción turística de la ciudad de Córdoba en relación con touroperadores y agencias de viajes nacionales e internacionales y la promoción turística en redes y medios de comunicación en general.

Comunicación y relaciones con entidades de promoción

Relación con entidades públicas de promoción turística.

Colaboración con otros destinos turísticos en el desarrollo de proyectos de promoción turística conjuntos.

Participación en la elaboración del Plan Anual de Promoción Turística.

Participación en el diseño, elaboración y desarrollo de los distintos planes de comercialización de productos turísticos.

Diseño de campañas específicas de promoción turística, organización de la asistencia a ferias y workshops nacionales e internacionales de carácter genérico.

#### Artículo 7. Congresos:

Desarrollo de todas las actuaciones encaminadas a la promoción específica del mercado de reuniones de la ciudad de Córdoba, Captación de eventos para su celebración en Córdoba.

Atención a los eventos que se realicen en la ciudad: entrega de material informativo y promocional a los participantes.

Relación con touroperadores y agencias de viajes nacionales e internacionales específicas del mercado de reuniones.

Relación con medios de comunicación especializados en el mercado de reuniones.

Relación con entidades públicas de promoción del turismo de negocios.

Diseño y desarrollo de los distintos planes de comercialización de los productos y servicios orientados al turismo de negocios.

#### **Artículo 8, Turismo de Calidad**

Estudios y planificación de estrategias (definición de prioridades). Organización de eventos: Jornadas, espectáculos, etc.

Implantación del Plan de Visitantes (estrategia para garantizar una estancia agradable a los visitantes: accesos, aparcamientos, señalización, información de los eventos, seguridad, horarios de monumentos y museos, entorno, amabilidad y profesionalidad de los empleados públicos...).



Funcionalidad del Observatorio Turístico y análisis de los datos turísticos de la ciudad.  
Gestión de quejas y sugerencias sobre el estado del Casco Histórico. Tratamiento de los datos recogidos en el Buzón de Sugerencias Turístico y en la elaboración de encuestas.  
Implementación de actuaciones para desarrollo del Sistema Integral de Calidad Turística en Destino. Desarrollo y diseño de productos turísticos

**Artículo 9. Precios.**

Los precios públicos y/o privados correspondientes a los distintos servicios y actividades turísticas serán fijados por el Ayuntamiento.

**Artículo 10. Venta de productos .**

Está permitida la Producción y venta de productos y objetos de "merchandising" relacionados con los recursos culturales y turísticos de la Ciudad, incluyendo el logotipo o imagen corporativa municipal ,

**Artículo 11. Horario de apertura y funcionamiento.**

Los servicios municipales de turismo de Córdoba, se ajustaran a la demanda y el interés social , fijándose anualmente los horarios y el calendario de apertura y funcionamiento de los mismos por parte de la Delegación de Turismo

**DISPOSICIÓN FINAL**

La presente Ordenanza entrará en vigor de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 65.2 y 70.2 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen local, una vez publicada en el Boletín Oficial de la Provincia y de haber transcurrido el plazo de quince días hábiles desde la recepción del acuerdo de aprobación remitido a la Junta de Andalucía y a la Administración General del Estado.