



Solicitud de Coordinación de la Unidad Temática de: TURISMO

Presentada por la Ciudad de: CIUDAD DE CÓRDOBA

PROPUESTA DE PROYECTO DE TRABAJO PERIODO 2015 - 2016

1) Introducción:

Según datos expresados por la Organización Mundial del Turismo - OMT - El turismo internacional en el 2014 alcanzó niveles record, creció un 4.4 % con respecto al año anterior. Sumando los 48 millones de turistas adicionales a los de 2013 se obtiene un número final de 1.135 millones de turistas en todo el mundo en 2014.

El turismo ha ido en crecimiento año a año desde la última crisis global de 2009. Las Américas crecieron con más fuerza un 8%, Asia, el Pacífico y Medio Oriente crecieron un 5% con respecto al año anterior. Europa un 3%, África un 2%. Las Américas tuvieron la mejor performance por región con respecto a los arribos, tuvo un incremento con respecto a 2013 de un 16%, sumando entonces 182 millones de arribos en 2014. Particularmente los arribos a SUDAMERICA se vieron duplicados con respecto a 2013.

Este crecimiento de la actividad turística a nivel global se expresa claramente en el lema de la OMT para el año 2015 "Mil millones de turistas, mil millones de oportunidades".

Según expresa la Organización Mundial de Turismo (OMT) la gran mayoría de los viajes internacionales tienen lugar en la propia región de los viajeros, así 4 de cada 5 llegadas en el mundo tienen su origen en la misma región.

En términos económicos, la región de las Américas, tuvo ingresos provenientes de la actividad turística de 274 billones de dólares. Del receptivo internacional, en 2013 Sudamérica recibió 27.4 millones de arribos (2.6% más que en 2012, y la OMT prevee un incremento del 3 o 4% para 2015.). Un panorama más que favorable para que la Red de Mercociudades se perfile como líder del crecimiento en la región.

El 70% de los turistas que viajaron desde Argentina en 2013 viajaron por América del Sur, en Chile la cifra asciende al 85%, en Uruguay se trató del 91.6% y en Brasil el porcentaje fue del 26.3%. En total estos países sumaron en 2013 un movimiento de 22.5 millones de turistas, el 56% de ellos (12.5 millones) viajó por América del Sur y el 44 % restante (10 millones) fueron a otros destinos del resto del mundo.

En el marco de la Cumbre Regional de Turismo "WTTC Americas Summit" (Septiembre 2014- Perú) se destacó que el mercado sudamericano se está convirtiendo en uno de los primeros y que para contribuir con ese posicionamiento se debe trabajar en aumentar la conectividad aérea.

Una mayor conectividad también facilita la llegada de inversiones exteriores. Las Inversiones Extranjeras Directas suponen asimismo una gran ayuda al empleo local y fomentan la competitividad

El protagonismo que actualmente los países de Sudamérica revelan en el desarrollo turístico, precisa del fortalecimiento y sostenimiento de estrategias y acciones coordinadas dentro de proyectos de cooperación y asociación entre los gobiernos



locales. Es allí donde la **Red de Mercociudades**, adquiere un rol fundamental, favoreciendo la participación de los gobiernos locales en el proceso de integración regional, y realizando actividades de gran importancia a través de la Unidad Temática específica para el desarrollo turístico.

La Red de Mercociudades se constituye en un significativo espacio de conexión, diálogo y puesta en marcha de las competencias y potencialidades de todos los destinos miembros.

La Ciudad de Córdoba, miembro fundadora de la Red de Mercociudades desde 1995, y Secretaria Ejecutiva en el periodo 1998/1999; se propone como **Coordinadora** de la Unidad Temática de Turismo (UTT).

La histórica ciudad de Córdoba marcó su gran importancia al vincular el Alto Perú con el Río de la Plata mediante lo que se conoció como el Camino Real y hoy es una de las ciudades más importantes de la República Argentina. Por su ubicación estratégica y su amplia red de conectividad, en el centro del MERCOSUR, es un nodo urbano que sigue fortaleciendo los lazos de intercambios entre los países y ciudades de América del Sur.

Actualmente la Ciudad de Córdoba coordina la Unidad Temática de Turismo de Mercociudades, con la subcoordinación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la prefectura de Porto Alegre y la intendencia de Maldonado.

Entre las acciones realizadas se detallan las siguientes:

- Creación del **INSTITUTO DE TURISMO DE MERCOCIUDADES – ITM** -. Asociación público-privada que permitirá dar continuidad y concretar más efectivamente las acciones de la UTT.
- Proceso de redacción, corrección, consenso y aprobación de los estatutos del ITM , trabajo conjunto con la Secretaría Técnica de Mercociudades.
- Presentación del ITM en el Foro Internacional del Festival de Turismo de las Cataratas en Foz de Iguazú – Brasil
- Designación de la Ciudad de Porto Alegre como Sede del Instituto de Turismo de Mercociudades
- Congreso de Turismo de Mercociudades en Curitiba – Brasil el 16 de septiembre de 2015, con la participación de las ciudades miembro, instituciones que nuclean a prestadores de turismo e importantes empresas y grupos empresariales
- Firma de acta de intensión con instituciones que conformarán el ITM como por ejemplo FECOMERCIO
- Reunión de la UTT en Buenos Aires, el 28 septiembre de 2015, para evaluar la posición de la UTT respecto a los cambios al estatuto, propuestos por las ciudades miembros del Consejo de Mercociudades. Presentación del Instituto de Turismo de Mercociudades y de Corredor Jesuítico
- Promoción del ITM entre diferentes instituciones y empresas para alentar su participación en el mismo
- La Unidad Temática de Turismo, trabaja en la **consolidación del Destino Turístico Integrado MERCOCIUDADES SUDAMERICA** en ese marco se realizaron diferentes acciones
- **Se presentó un proyecto de financiamiento en el Banco Interamericano de Desarrollo – BID en la Convocatoria 2015 de Iniciativa de Bienes Públicos Regionales**, para realizar un sistema informático de posicionamiento georreferencial



que permita promocionar la oferta de servicios, atractivos, recursos y productos turísticos de todo el destino integrado Mercociudades Sudamérica

- Presentación de la propuesta integrada de Mercociudades del calendario de eventos de Semana Santa, para su difusión por los medios de prensa socios de CIPETUR Círculo de Periodistas Turísticos de Uruguay, convenio realizado en marzo, en la ciudad de Montevideo.
- Desarrollo del Corredor Sudamericano “**EL CAMINO JESUITA, EL LEGADO QUE INSPIRÓ A FRANCISCO**”
- Este corredor permitirá visitar Sudamérica, integrando la historia y patrimonio, con visitas y actividades relacionadas a los jesuitas, integrando permanentemente los paisajes, ciudades y diversidad de experiencias.
- Diseño del el isologotipo del producto “El Camino Jesuita, el legado que inspiró a Francisco”
- Presentación de El Camino Jesuita, en el Foro Internacional del Festival de Turismo de las Cataratas en Foz de Iguazú - Brasil
- Presentación del Corredor Jesuítico de Mercociudades, ante agentes de viajes, en la Ronda de Negocios de Turismo Religioso, organizada por la Comisión Nacional de Turismo de la Fe en FIT 2015
- Ampliación de la propuesta del Torneo Golf por los Caminos del Vino, que auspicia la Unidad Temática de Turismo, incorporando como sedes a diferentes ciudades de Brasil, Uruguay y Argentina, miembros de Mercociudades



Considerando las experiencias positivas y logros de Coordinaciones anteriores de la Ciudad de Córdoba, se hará referencia a las siguientes:

Coordinación Unidad Temática de Educación 2012-2013:

Con el propósito de profundizar la investigación y aplicación de nuevas herramientas que apunten a una mejor comunicación, interacción e integración de las comunidades educativas de las ciudades miembro. Dicha coordinación tuvo un importante logro; la creación de un nuevo espacio virtual con la finalidad de difundir y promocionar proyectos educativos / colaborativos de y entre las ciudades miembro: <http://www2.cordoba.gov.ar/moodle>

Entre las acciones realizadas se detallan las siguientes:

- Estimulación de la ejecución de experiencias entre las escuelas en red.
- Fomento del uso de las tic a través de acciones pedagógicas interdisciplinarias,
- Invitación para generar una progresiva interacción entre las escuelas mediante la “revista digital de Mercociudades”
- Inclusión de la alfabetización digital en la educación de jóvenes y adultos, para el desarrollo de políticas culturales emancipadoras.
- Profundización de políticas de integración en el marco de la red de Mercociudades, compartiendo la Expo Municipal “Córdoba, Ciudad Educadora de Mercociudades”
- Agenda Educativa Regional (Finalizada y ampliada).



Coordinación Conjunta Córdoba – Mar del Plata Unidad Temática de Desarrollo Económico Local - 1998:

- Relevamiento y exposición pública de la oferta exportable de Mercociudades
- Creación de la Red de oportunidades de Negocios de Mercociudades
- Participación en Exposiciones relativas a temáticas comerciales
- Rondas de Negocios

Unidad Temática de Ciencia y Tecnología :

- Fuerte participación a través de la Incubadora de Empresas (Dirección de Desarrollo Económico de la Municipalidad de Córdoba y la Gerencia de la Incubadora de Empresas)

La Municipalidad de Córdoba presenta esta postulación para continuar la coordinación, con el anhelo de contribuir con la misión de Mercociudades, proponiendo ideas y dando continuidad al trabajo que se realiza actualmente en la Unidad temática de Turismo, y con el objetivo de colaborar en la implementación del Instituto de Turismo de Mercociudades, para fomentar la participación; acompañando y compartiendo las políticas responsables y sostenibles, a través de la cooperación en el desarrollo de actividades turísticas desde la UTT; las cuales representan un factor de desarrollo económico, social y cultural para las ciudades miembros. Así mismo asume el compromiso participativo mediante el desarrollo de proyectos regionales y la gestión integrada de los productos turísticos entre ciudades de la Red, involucrando los diferentes sectores económicos que tienen interrelación con el Turismo y creando sinergia entre los gobiernos locales.

2) Objetivos

Como fines primordiales a alcanzar en la coordinación de la UTT se procuran los siguientes:

1. Concretar la creación e implementación del **Instituto de Turismo de Mercociudades (ITM)**, asociación sin fines de lucro con la participación de actores públicos y privados. El **Instituto de Turismo** permitirá dar continuidad en el tiempo y dinamizar el cumplimiento efectivo de las actividades de la UTT.
2. Trabajar en la implementación de una estrategia de comunicación institucional de la UTT, para acordar y diseñar lineamientos de acciones a seguir para fortalecer el turismo regional.
3. Promover la mejora en la conectividad de los destinos turísticos, considerando el rol estratégico que tiene en el desarrollo de la actividad y en la viabilidad de las propuestas de Mercociudades sobre corredores internacionales y oferta turística integrada.
4. Proseguir con la identificación y fortalecimiento de las ofertas turísticas locales a partir del intercambio y la articulación con los municipios integrantes de la UTT, dinamizando con ello la economía de la región y la visualización del destino Sudamérica en el contexto internacional.
5. Ampliar y fortalecer la realización de los **Calendarios de eventos** de ciudades miembros de la Red de Mercociudades.



6. Continuar y realizar acciones puntuales en el desarrollo de programas de intercambio y mejoramiento continuo de los recursos humanos y técnicos, tendientes a la mejora de la calidad de servicio y competitividad de la región.
7. Profundizar y promover las asociaciones público/público, público/privadas y privadas/privadas, a través de **acuerdos bilaterales y multilaterales de cooperación técnica y promoción conjunta y cruzada**.
8. Trabajar en la implementación de la plataforma del **Sistema de Información Geográfico Turístico (SIGT)** diseñado en el marco conceptual de “Turismo Sin Fronteras”.
9. Promover el intercambio de estadísticas entre los municipios integrantes de la UTT, para avanzar en la construcción de una base de datos que facilite la construcción de indicadores básicos y comparables, que contribuyan al diseño de políticas más eficientes y el seguimiento del impacto del turismo en la región.
10. Incentivar la difusión de las estadísticas turísticas, promoviendo el derecho ciudadano de acceso a la información

3) Ejes de trabajo

Considerando que las políticas definidas y acordadas en las Diferentes Cartas de la UTT de Mercociudades se vienen desarrollando desde hace más de 3 años, cumplen con los objetivos de la Red de Mercociudades y cuentan con el consenso y participación de los diferentes miembros de la UTT, se promoverá la continuidad de las acciones que se realizan en la UTT, focalizando los esfuerzos en la correcta implementación del ITM:

1. Desarrollo de Alianzas Estratégicas, Sensibilización y Capacitación:
 - a. Concretar la fundación del **Instituto de Turismo de Mercociudades (ITM)**, integrando actores públicos y privados en su conformación.
 - b. Comenzar las actividades del ITM, e invitar a instituciones de prestadores de servicios turísticos, académicas y empresas a participar del mismo.
 - c. Ampliar la comunicación entre las ciudades miembros de la UTT y con las otras UTs.
 - d. Fortalecer la UTT a través de la formalización de relaciones institucionales con los gobiernos municipales, departamentales y nacionales vinculados a la Red de Mercociudades.
 - e. Acentuar el relacionamiento con los sectores académicos e instituciones privadas con el objetivo de avanzar en políticas de desarrollo económico local, de integración regional, inclusión y cohesión social, en el marco del lema convocante de la próxima Secretaría Ejecutiva: “La contribución de las ciudades



al proceso de ampliación de los derechos ciudadanos en el marco de la integración regional”

- f. Continuar estimulando la articulación de planes de educación en turismo sostenible entre los municipios de la red y fomentar la creación de planes locales y/o regionales para quienes no los tengan. La UTT y los programas de educación para el turismo que de ella devengan, serán herramientas de inclusión y mejor redistribución de la riqueza, promoviendo de esta manera los derechos ciudadanos.
- g. Incorporar el concepto de Turismo Responsable en la educación y concienciación, propiciando valores, respeto por la cultura local, por el ambiente, el patrimonio natural, cultural y mixto y estimulando la actitud de "anfitrión" de su destino.

2. Desarrollo de Productos y Jerarquización de la Oferta:

- a. Fortalecer la consolidación de “Turismo sin Fronteras”, como proyecto estratégico facilitador de las herramientas de integración regional.
- b. Ofrecer y asesorar a otras regiones sobre el proyecto “Turismo sin Fronteras” para su replicación y/o ampliación.
- c. Colaborar desde el rol institucional de la UTT para promover una mejor coordinación entre las políticas de turismo, de transporte aéreo, y demás aspectos que hacen a la conectividad regional internacional.
- d. Trabajar en la implementación Sistema de Información Geográfico Turístico, SIGT, diseñado en el marco conceptual de Identidad Regional y Turismo sin Fronteras.
- e. Acordar entre los municipios constitutivos de la UTT la utilización de instrumentos estadísticos que contribuyan a la obtención de información estratégica para la toma de decisiones futuras.
- f. Realizar y difundir estudios e investigaciones garantizando el acceso a la información de los actores directamente e indirectamente involucrados fomentando la participación ciudadana

3. Marketing y Comunicación:

- a. Trabajar en la implementación de una estrategia de comunicación institucional de la UTT, para acordar y diseñar lineamientos de acciones a seguir para fortalecer el turismo regional
- b. Profundizar el posicionamiento logrado por las regiones sudamericanas con mayor presencia internacional Patagonia (chilena- argentina), Turismo Precolombino (Perú, Bolivia, Chile, Ecuador, Colombia, Argentina), Patria Gaucha (Brasil, Argentina y Uruguay).
- c. Promover dentro del marco de las regiones sudamericanas con mayor visualización internacional la incorporación y participación de la oferta turística y



de servicios de municipios emergentes, para contribuir al crecimiento y desarrollo social, económico y cultural de la región.

- d. Generar espacios de reunión e intercambio en los eventos que conforman el calendario anual de ferias y eventos turísticos.
- e. Desarrollar incentivos promocionales comunes entre municipios para estimular la demanda del destino Sudamérica/ Mercociudades, promoviendo el respeto y valoración por la cultura, el patrimonio los productos y recursos humanos locales para favorecer las economías regionales.
- f. Promover la difusión del destino Sudamérica en medios de prensa especializados y masivos.

4) Actividades Programadas

Para el desarrollo de las actividades, se propone la continuidad del esquema general de organización actual de la UTT con el funcionamiento de comisiones tematizadas en 4 espacios de trabajo: *Enoturismo*, *Espacios Rurales*, *Congresos y Negocios* y *Ciudades Históricas*. Este esquema permitió ordenar las diferentes ofertas con un criterio común a partir del cual las mencionadas comisiones trabajaron con el asesoramiento de sus técnicos.

Las acciones previstas se indican a continuación siguiendo dos criterios; el primero referido a las reuniones que se realizarán, y el segundo indicando las actividades específicas en relación a los objetivos planteados:

1. Reuniones con las coordinaciones y subcoordinaciones de las Unidades Temáticas de Cultura y Deportes respectivamente, con el objetivo de trabajar el entrecruzamiento de las agendas culturales y deportivas como contenidos estratégicos de Turismo sin Fronteras. A definir en atención al calendario de la Secretaría Ejecutiva.
2. Reuniones con el sector académico de la región con el objetivo de profundizar el relacionamiento e involucrarlo en la realización compartida de trabajos de investigación y extensión universitaria que contribuyan al monitoreo regional y seguimiento de las variables de evolución de la oferta y demanda turística. (2 en el año)
3. Reuniones de trabajo con las instituciones empresariales de Argentina, Brasil y Uruguay para informar, coordinar y promover la participación del sector privado en el Instituto de Turismo de Mercociudades; y en la búsqueda de facilitar la difusión y conocimiento de nuevos productos turísticos. Asimismo generar y/o compartir actividades vinculadas a la capacitación y formación de recursos humanos con dichas instituciones empresariales. (3 en el año)
4. Continuar con reuniones de incentivo para la promoción conjunta entre los municipios de la UTT en el marco de firma de actas de intención, acuerdos bilaterales y multilaterales. (3 en el año)
5. Reuniones de trabajo y seguimiento con los municipios integrantes de la UTT para el monitoreo de avances de las actividades previstas. (2 en el año)



Actividades que se corresponden con el Objetivo 1

- Continuar el proceso administrativo referido a estatutos e implementación del Instituto de Turismo de Mercociudades (ITM)
- Concretar la instalación de la Secretaría Técnica Permanente del ITM en la ciudad de Porto Alegre.
- Convocar a ciudades, asociaciones públicas, privadas o entes mixtos para conformar el ITM.
- Informar a miembros de la Red de Mercociudades, medios de comunicación, instituciones, asociaciones y empresas sobre la creación del ITM
- Implementar acciones concretas para el iniciar las actividades del ITM.

Actividades que se corresponden al Objetivo 2

- Definir los objetivos y acciones de la estrategia de Comunicación para posicionar la Marca Regional Mercociudades/Sudamérica.
- Consensuar entre las oficinas de prensa de las ciudades miembros, pautas básicas de unificación de imagen y estilo.
- Trabajar en la imagen y estrategias de marketing para la promoción de los productos regionales.

Actividades que se corresponden con el Objetivo 3

- Realizar reuniones con organismos decisores en temáticas referidas a la conectividad, para promover desde el rol institucional de Mercociudades acciones que mejoren la conectividad
- Impulsar el concepto de continuidad de rutas al cruzar límites de provincias o países, lo que se traduce en la gráfica de mapas y material de información turística
- Promover el contacto y la sinergia entre empresas prestadoras de servicios de transporte de pasajeros, secretarías de turismo, entidades de gobierno, agencias de viajes y diferentes actores de turismo para trabajar en conjunto temas referidos a la conectividad y la sostenibilidad del sistema.

Actividades que se corresponden con los Objetivos 4 y 5

- Consolidar la implementación de la Ficha Única de Sistema Único para profundizar el relevamiento de las ofertas turísticas locales, como una propuesta integrada de Mercociudades.
- Ordenar y segmentar la base de datos de la oferta turística de acuerdo a ejes temáticos, calendarios y eventos en común, potenciando de esta manera la promoción conjunta.
- Avanzar en la conformación efectiva de los corredores culturales y productos regionales integrados, citando como ejemplo "Corredor Sudamericano del Legado Jesuítico" o el "Torneo Golf por los caminos del Vino"

Actividades que se corresponden con el Objetivo 6

- Realizar convenios entre las ciudades miembros para el intercambio de experiencias y el acceso a programas, capacitaciones y herramientas técnicas, a fin de profundizar y ampliar los conocimientos previos de cada región, optimizando los recursos e investigaciones.
- Generar el debate para consensuar parámetros y standares comunes en los procedimientos técnicos de sensibilización, concientización y capacitación cotidianos.



- Facilitar la accesibilidad a información y conocimiento particularmente en niños y sectores que están indirectamente relacionados con la actividad turística, en cada una de las ciudades participantes, a través de charlas, visitas guiadas, para promover los valores ciudadanos, el respeto y la convivencia, mediante la valoración local del destino turístico.

Actividades que se corresponden con el Objetivo 7

- Motivar la inclusión de ciudades y actores de turismo a las propuestas de la UTT, concretando la firma de convenios y cartas de intención.
- Facilitar la firma de convenios, ofreciendo textos modelos de Mercociudades a los miembros de la UTT, para buscar una coherencia conceptual que se traduce en la documentación.
- Fortalecer la implementación de promociones cruzadas entre destinos, incentivando el intercambio de oportunidades que ofrecen las ciudades y los eventos que se realizan

Actividades que se corresponden con el Objetivo 8

- Trabajar en la implementación y promover la búsqueda de información en las ciudades miembro para la carga de datos del **Sistema de Información Geográfico Turístico (SIGT)**

Actividades que se corresponden con los Objetivos 9 y 10

- Difundir sobre la importancia de las tareas que realizan los Observatorios Turísticos para incentivar la creación de estos organismos en diferentes destinos, a fin de disponer de estadísticas confiables para la toma de decisiones en planificación o promoción y coherencia en la comunicación.
- Promover el intercambio de experiencias y de información entre los Observatorios Turísticos de las ciudades miembros de la UTT

5) Propuesta de Subcoordinador

Ciudad Autónoma de Buenos Aires y Ciudad de Porto Alegre en subcoordinación compartida.

6) Contenidos

- Una temática rectora y compartida por el conjunto de las ciudades integrantes de la UTT, es la creación del Instituto de Turismo de Mercociudades, cuyo objeto expresa los objetivos y políticas acordadas por las ciudades que participan actualmente en la Unidad Temática de Turismo, en el marco del proyecto de integración regional denominado "Turismo Sin Fronteras" y plasmado en las diferentes cartas de intención y convenios bilaterales o multilaterales firmados.

El ITM incluye las acciones previstas de integración regional, cooperación internacional, relevamiento, coordinación y diversificación de la oferta turística, creación de corredores regionales, intercambio de conocimientos, experiencias y herramientas de planificación, capacitación y promoción, acciones conjuntas y colaboración recíproca para la promoción de destinos.

Este instituto proveerá a la UTT de una herramienta para lograr la continuidad en la gestión de las políticas y la ejecución estratégica de los proyectos.



- En la **Reunión de Ministros de Turismo de países del Mercosur** efectuada en Caracas, en enero del 2014, previa a la Cumbre de Presidentes, en la que participaron representantes de Argentina, Uruguay, Brasil y Venezuela,. Los temas tratados en agenda fueron: circuitos turísticos integrados, Fondo de promoción Turística del Mercosur, Proyecto de Armonización del Sistema de Estadísticas Turísticas, y próximos eventos Deportivos en la región.

Estas temáticas tienen correlación directa con los objetivos, ejes de trabajo y las acciones propuestas precedentemente.

Los Proyectos Capitais Gaúchas Rotas Tchê (Capitales Gauchas Rutas Amigas) y Turismo Sin Fronteras se inscriben en el marco de la temática *Cultural* de **integración regional** de la agenda **MERCOSUR** ya que trabaja en la creación de una base de datos de la oferta turística de Mercociudades para generar corredores y productos regionales integrados.

Para concretar y enriquecer este registro se requiere la interacción con las **Unidades Temáticas de Cultura y Deportes**.

La primera fase del proyecto contempla el ordenamiento, tipificación de la oferta, y grado de desarrollo (recursos o productos turísticos), esta etapa está en plena ejecución por medio del relevamiento que realiza cada ciudad, completando las fichas del Sistema Único.

En la FIT 2014 (Feria Internacional del Turismo) y en el marco del convenio con el Foro Latinoamericano de Periodistas Turísticos, se presentaron ejemplos de la **sinergia entre productos turísticos complementarios regionales**:

- El calendario de Eventos de Mercociudades 2015 (en la que los números expuestos tuvieron una contundencia particular para los medios de prensa y agentes de viajes que asistieron, tanto por la escala del mercado turístico de Sudamérica en su conjunto, como por la suma de plazas hoteleras, diversidad de eventos y la multitudinaria asistencia a los mismos).
- En marzo de 2015 se presentó, para su promoción ante el Foro Latinoamericano de Periodistas Turísticos el Calendario de Eventos de Semana Santa.
- El Corredor del Legado Jesuítico vinculado a la formación del Papa Francisco, donde una temática de interés para el turista, adquiere otra dimensión al integrar diferentes historias, culturas, patrimonios nacionales y de la Humanidad, diversidad de paisajes y experiencias.
- La participación en el Torneo Golf por los Caminos del Vino, promueve el turismo, integrado al deporte, a las producciones regionales y a los paisajes de cada uno de los destinos turísticos en una tarea conjunta pública y privada

- La utilización de estadísticas regionales disponibles en materia de llegadas y gasto puede aproximar a un seguimiento de los resultados de las acciones encaradas hasta la generación, en una etapa posterior, de estudios propios y/o compartidos que permitan conocer los perfiles de la demanda regional.



MERCOCIUDADES



Presentada a los 28 días del mes de Octubre del año 2015 por:

Arq. Analía Righetti
Municipalidad de Córdoba
0351-155937469 / 156100361
0351- 4341216
righettianalia@gmail.com