

2222
II

47190

**ESTUDIO PARA AUMENTAR LA
PARTICIPACION DE LA CIUDAD
DE CORDOBA COMO DESTINO
DEL TURISMO INTERNACIONAL**

Talleres de Oferentes
Córdoba Julio de 2006



El turismo internacional

estamos frente a un sector cuya fuerte expansión, de la mano de la política cambiaria favorable, está repercutiendo en el mercado argentino.

El turismo internacional

Por ahora, sólo en el primer trimestre de este año, considerando los últimos datos relevados y divulgados por el INDEC, llegaron a la Argentina en condición de turistas 560.265 personas, con una permanencia promedio de 14,1 días y un promedio de gasto por pernoctación de 75, 33 dólares. Es decir, estamos hablando de ingresos por casi 600 millones de dólares.

El turismo internacional

Por ahora, sólo en el primer trimestre de este año, considerando los últimos datos relevados y divulgados por el INDEC, llegaron a la Argentina en condición de turistas 560.265 personas, con una permanencia promedio de 14,1 días y un promedio de gasto por pernoctación de 75, 33 dólares. Es decir, estamos hablando de ingresos por casi 600 millones de dólares.

[illegible]

Una afirmación para empezar

Mientras el turismo de extranjeros está en evidente crecimiento en Argentina, la ciudad de Córdoba está capitalizando en muy escasa proporción dicho crecimiento

Una afirmación para empezar

Mientras el turismo de extranjeros está en evidente crecimiento en Argentina, la ciudad de Córdoba está capitalizando en muy escasa proporción dicho crecimiento

[illegible]

Un ejemplo

Un segmento de ese turismo, dedicado específicamente a la caza, está en las puertas mismas de la ciudad, pero no las traspasa.

Y un dato...

Al analizar la información del último trimestre del 2005, aparece que menos del 4% de las pernoctaciones de los turistas extranjeros suceden en Córdoba mientras que más del 53% lo son en Buenos Aires. Este dato, que es el más reciente y comparable del que disponemos, señala el fuerte liderazgo de esta ciudad, frente a la cual conviene valorar la situación estructural de Córdoba.

Y un dato...

Al analizar la información del último trimestre del 2005, aparece que menos del 4% de las pernoctaciones de los turistas extranjeros suceden en Córdoba mientras que más del 53% lo son en Buenos Aires. Este dato, que es el más reciente y comparable del que disponemos, señala el fuerte liderazgo de esta ciudad, frente a la cual conviene valorar la situación estructural de Córdoba.

[illegible]

Situación estructural del mercado que Córdoba debería considerar

Economía de escala: la ciudad de Buenos Aires tiene un volumen de turistas que permite hablar de verdadera economía de escala. De allí que sea el destino que mejor está aprovechando este crecimiento del sector. Las mejores estadísticas, los sectores de investigación y documentación de la temática están desarrollados por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, frente a los cuales la Ciudad de Córdoba dispone de muy pocos elementos y la Provincia, si bien desarrolla estudios, lo hace del mercado nacional. Precisamente las economías de escala disuaden de ingresar porque obligan a los posibles nuevos competidores a realizar inversiones muy cuantiosas en todas las áreas: investigación y desarrollo, producción, comercialización, distribución.

Situación estructural del mercado que Córdoba debería considerar

- **Diferenciación:** establecer el valor de una marca y la lealtad de los clientes a través de la diferenciación es un proceso muy costoso. Supone inversión en materia de comunicación, en servicios, y aún en tiempo. Los destinos turísticos ciudadanos de Argentina con personalidad propia suficientemente consolidados hacia el exterior no son muchos y claramente, Buenos Aires -a través de conceptos como el tango y de esfuerzos de promoción y visibilidad mundial- lo ha ido generando.

Situación estructural del mercado que Córdoba debería considerar

Acceso a los canales de distribución: el esfuerzo que implica para un distribuidor incorporar una nueva marca, implica desventajas para quien quiere ingresar al mercado que van desde menores márgenes, mayor inversión en publicidad o menores precios, a fin de compensar ese esfuerzo al distribuidor. El aeropuerto internacional de Ezeiza y el Puerto de Buenos Aires se constituyen en dos factores de peso extraordinario a la hora de analizar este mercado, que juegan a favor de la Ciudad de Buenos Aires como centro "distribuidor" del turismo de extranjeros. Su accesibilidad la convierte en un destino privilegiado. Córdoba, en cambio, aunque por su ubicación geográfica es muy accesible al turista nacional, no lo es en primera instancia para el internacional. Considerando incluso el peso de esta ciudad, la distancia de Córdoba respecto de Buenos Aires y la falta de accesos terrestres que acorten dicha distancia, hacen incluso que otras ciudades (como Rosario o Mar del Plata, que tienen autopistas desde Buenos Aires) tengan incluso mayores posibilidades que Córdoba en los canales de distribución.

- ✱ **Ventajas de costos:** la posesión de un know – how propio, desarrollo organizativo, mayor experiencia o rendimiento de los recursos humanos, son ventajas adicionales de quienes han podido establecer una economía de escala.

[illegible]

Una estrategia posible:

Reconocer el liderazgo de la
Ciudad de Buenos Aires
e intentar pactar unas acciones comunes
aparece como la única estrategia posible
frente a las condiciones estructurales del
mercado.

Una estrategia posible:

Reconocer el liderazgo de la
Ciudad de Buenos Aires
e intentar pactar unas acciones comunes
aparece como la única estrategia posible
frente a las condiciones estructurales del
mercado.

[illegible]

Una estrategia posible:

Córdoba debería aprovechar esta situación positiva de liderazgo de Buenos Aires y aliarse estratégicamente, buscando elementos de diferenciación que, sin embargo, se complementen con aquello que buscan los turistas en Buenos Aires.

Una estrategia posible:

Córdoba debería aprovechar esta situación positiva de liderazgo de Buenos Aires y aliarse estratégicamente, buscando elementos de diferenciación que, sin embargo, se complementen con aquello que buscan los turistas en Buenos Aires.

[illegible]

Fortalezas de Córdoba

Una gama de productos que aunque pequeña, es coherente y que incluye como eje el patrimonio jesuítico, que asociado a las universidades aporta al turismo cultural, al de estudio y al de congresos; y asociado al resto del patrimonio de sus iglesias, aporta al turismo religioso. ¿es así?

Fortalezas de Córdoba

Una gama de productos que aunque pequeña, es coherente y que incluye como eje el patrimonio jesuítico, que asociado a las universidades aporta al turismo cultural, al de estudio y al de congresos; y asociado al resto del patrimonio de sus iglesias, aporta al turismo religioso. ¿es así?

[illegible]

Fortalezas de Córdoba

- * en combinación con las sierras (a muy pocos minutos de la ciudad) puede promover otros tipos de turismo (turismo de salud, del que fuera centro tradicional a mediados del siglo pasado, y turismo de aventura). ¿es posible?

- ## **Fortalezas de Córdoba**
-
- * en combinación con las sierras (a muy pocos minutos de la ciudad) puede promover otros tipos de turismo (turismo de salud, del que fuera centro tradicional a mediados del siglo pasado, y turismo de aventura). ¿es posible?

[illegible]

Fortalezas de Córdoba

Una población muy conciente que visualiza a la propia ciudad como "turística" por encima de toda otra calificación; lo que hace que sea muy permeable y hospitalaria frente a la presencia de los turistas; pero además posibilita la aparición de emprendedores y empresarios para el desarrollo del sector.

Fortalezas de Córdoba

- Algunos productos ya desarrollados como son el turismo de Semana Santa y el del Rally mundial.

¿Es posible generar un calendario más amplio de eventos de interés internacional?

¿Es posible generar un calendario más amplio de eventos de interés internacional?

[illegible]

Fortalezas de Córdoba

- Ley Nacional de Turismo, con la creación del Fondo Nacional para perfeccionar la calidad de los destinos y asegurar las condiciones para desarrollar la actividad turística.

- ## **Fortalezas de Córdoba**
-
- Ley Nacional de Turismo, con la creación del Fondo Nacional para perfeccionar la calidad de los destinos y asegurar las condiciones para desarrollar la actividad turística.

[illegible]

Debilidades de Córdoba

- El desarrollo de capital aplicado al sector, sea por vía de disminuciones de impuestos, de incentivos específicos o de créditos blandos (flujo de fondos, liquidez, incremento del capital).

Debilidades de Córdoba

- El desarrollo de capital aplicado al sector, sea por vía de disminuciones de impuestos, de incentivos específicos o de créditos blandos (flujo de fondos, liquidez, incremento del capital).

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Debilidades de Córdoba

- * La percepción de Córdoba como destino de turismo nacional por parte de los propios oferentes del sector, así como la poca especialización en el turismo receptivo de una parte de ellos.

- ## **Debilidades de Córdoba**
-
- * La percepción de Córdoba como destino de turismo nacional por parte de los propios oferentes del sector, así como la poca especialización en el turismo receptivo de una parte de ellos.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Oportunidades de Córdoba

- * El crecimiento sostenido de sector a nivel mundial y nacional; así como el tipo de cambio que permiten planificar sobre a base de prospectivas favorables.

Oportunidades de Córdoba

- * El crecimiento sostenido de sector a nivel mundial y nacional; así como el tipo de cambio que permiten planificar sobre a base de prospectivas favorables.

[illegible]

Oportunidades de Córdoba

- La complementariedad posible que permitiría integrar a Córdoba con Buenos Aires

- ## **Oportunidades de Córdoba**
-
- La complementariedad posible que permitiría integrar a Córdoba con Buenos Aires

[illegible]

Oportunidades de Córdoba

- Un margen de oferta de servicios hoteleros mayor que la demanda.

Oportunidades de Córdoba

- Un margen de oferta de servicios hoteleros mayor que la demanda.

[illegible]

Amenazas de Córdoba

- La competencia de otras ciudades o provincias con oferta parecida y que puedan resultar más tentadoras incluso para la propia Buenos Aires a la hora de armar ofertas complementarias.

Otra perspectiva de análisis:

si se analiza la organización, es decir, el conjunto de relaciones entre el sector público y privado que pueden posibilitar el crecimiento de la participación de Córdoba en el turismo de extranjeros.

Otra perspectiva de análisis:

si se analiza la organización, es decir, el conjunto de relaciones entre el sector público y privado que pueden posibilitar el crecimiento de la participación de Córdoba en el turismo de extranjeros.

[illegible]

...no hay que confundir el desarrollo organizativo alcanzado por el sector en el turismo interno; sino que se requieren de nuevos consensos interinstitucionales para este segmento específico...

[illegible]

Desde esta perspectiva:

Córdoba, que estaría en una etapa de madurez organizativa en tanto su experiencia como organización dedicada al turismo interno; se encuentra apenas en el primer escalón en relación con el turismo internacional y su crecimiento puede aparecer básicamente de la mano de la creatividad de los actores.

[illegible]

Nuestra Hipótesis

La organización interinstitucional que requiere desarrollarse es compleja por la cantidad y variedad de actores involucrados y el estado, de la mano de la comunicación como instrumento integrador, puede aportar a esa organización.

Nuestra Hipótesis

El turismo internacional es un negocio interrogante para Córdoba: el sector está en expansión, pero la cuota de mercado es baja.

Nuestra Hipótesis

El turismo internacional es un negocio interrogante para Córdoba: el sector está en expansión, pero la cuota de mercado es baja.

[illegible]

Las posibilidades...

Frente a un negocio interrogante existen dos posibles modos de actuación: o intentar aumentar la cuota de mercado con inversiones o evitar el costo de una posición marginal abandonando el negocio.

Las posibilidades...

Frente a un negocio interrogante existen dos posibles modos de actuación: o intentar aumentar la cuota de mercado con inversiones o evitar el costo de una posición marginal abandonando el negocio.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

**Algunos datos de la
investigación para disparar el
debate**

**Estilos de vida de turistas
extranjeros en Buenos Aires**

- * Los adultos de niveles socioeconómicos altos (para la media argentina) que realizan viajes relativamente extensos y suelen incorporar segundos y terceros destinos además de Buenos Aires.

Estilos de vida de turistas extranjeros en Buenos Aires

- * Las familias con hijos pequeños o preadolescentes que viajan en general por lazos familiares o de amistad con argentinos (no hay que descartar en este segmento a argentinos residentes en el exterior)

- [illegible]

Estilos de vida de turistas extranjeros en Buenos Aires

- * Los jóvenes que viajan solos (en la mayoría de los casos) o acompañados por amigos, de menor poder adquisitivo; y que tienen dos intereses principales: la diversión y el estudio.

- ## **Estilos de vida de turistas extranjeros en Buenos Aires**
-
- * Los jóvenes que viajan solos (en la mayoría de los casos) o acompañados por amigos, de menor poder adquisitivo; y que tienen dos intereses principales: la diversión y el estudio.

[illegible]

Estilos de vida de turistas extranjeros en Buenos Aires

- Hombres o mujeres que viajan solos y solas con la intención de armar lazos afectivos de pareja (ya sea grupos heterosexuales o gays) o para conocer personalmente a gente a la que han conocido a través de medios informáticos (chats, foros, etc.).

- [illegible]

Imagen de la Argentina de los turistas extranjeros en Buenos Aires

- es considerada destino turístico cultural frente a otros países latinoamericanos;
- considerada también como referente para quienes desean estudiar el idioma castellano en intercambios estudiantiles y programas idiomáticos;
- la amplitud de sus paisajes aparece como valor agregado frente a otros destinos turísticos como país integral

- ## **Imagen de la Argentina de los turistas extranjeros en Buenos Aires**
-
- es considerada destino turístico cultural frente a otros países latinoamericanos;
 - considerada también como referente para quienes desean estudiar el idioma castellano en intercambios estudiantiles y programas idiomáticos;
 - la amplitud de sus paisajes aparece como valor agregado frente a otros destinos turísticos como país integral

[illegible]

**Imagen de la Argentina de los
turistas extranjeros en Buenos Aires**

es especialmente concurrida a partir del tipo de cambio favorable frente a quienes tienen dólares o euros o yenes en su país de origen;

hay un registro de recibir amabilidad y cordial atención en distintas provincias que se plantea en modo global

**Imagen de la Argentina de los
turistas extranjeros en Buenos Aires**

es especialmente concurrida a partir del tipo de cambio favorable frente a quienes tienen dólares o euros o yenes en su país de origen;

hay un registro de recibir amabilidad y cordial atención en distintas provincias que se plantea en modo global

**Imagen de la Argentina de los
turistas extranjeros en Buenos Aires**

es especialmente concurrida a partir del tipo de cambio favorable frente a quienes tienen dólares o euros o yenes en su país de origen;

hay un registro de recibir amabilidad y cordial atención en distintas provincias que se plantea en modo global

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

Imagen de la Argentina de los turistas extranjeros en Buenos Aires

- En lo que se refiere a motivos personales de los viajes, claramente no es la publicidad masiva que circula en otros países ni la imagen internacional de la Argentina (las noticias que se difunden sobre ella, las personalidades destacadas) aquello que motiva la visita.
- Más bien es la referencia personal o la oferta turística vía *Internet* la que posibilita la visita.

- c. En lo que se refiere a **motivos** personales de los viajes, claramente no es la publicidad masiva que circula en otros países ni la imagen internacional de la Argentina (las noticias que se difunden sobre ella, las personalidades destacadas) aquello que motiva la visita.
- a. Más bien es la referencia personal o la oferta turística vía **Internet** la que posibilita la visita.

[illegible]

Imagen de la Argentina de los turistas extranjeros en Buenos Aires

* Una vez llegados a Ezeiza, la mayoría de los turistas se muestran entusiastas con el plan de recorrer otros puntos del país más allá de Buenos Aires.

- Imagen de la Argentina de los turistas extranjeros en Buenos Aires**
-
- * Una vez llegados a Ezeiza, la mayoría de los turistas se muestran entusiastas con el plan de recorrer otros puntos del país más allá de Buenos Aires.

[illegible]

- Entre los turistas extranjeros la Ciudad de Buenos Aires se encuadraría como una ciudad "cultural" y "turística".
- Como una ciudad con vida propia, oferta diversa y completa en distintos rubros ligados a la infraestructura turística y la vida propia de la ciudad.

[illegible]

Imagen de Córdoba de los turistas extranjeros en Buenos Aires

La primera observación que surge en forma unánime de las entrevistas es que al preguntar por Córdoba, se responde desde la provincia: las sierras, las fiestas en ciudades serranas, la oferta general de paisajes variados, eventos típicos y ciudades turísticas muy cercanas entre sí y con oferta diversa.

Imagen de Córdoba de los turistas extranjeros en Buenos Aires

La primera observación que surge en forma unánime de las entrevistas es que al preguntar por Córdoba, se responde desde la provincia: las sierras, las fiestas en ciudades serranas, la oferta general de paisajes variados, eventos típicos y ciudades turísticas muy cercanas entre sí y con oferta diversa.

[illegible]

**Imagen de Córdoba de los turistas
extranjeros en Buenos Aires**

- » Quienes expresan no tener en su plan de recorrido a Córdoba básicamente aducen **desconocimiento** y expresan que estarían interesados si tuvieran más tiempo, pero priorizan otros destinos.

Imagen de Córdoba de los turistas extranjeros en Buenos Aires

En no pocas entrevistas apareció como un destino que podría competir con Córdoba por nichos de productos similares: **la ciudad de Salta**. El concepto de arquitectura colonial aparece asociada a Salta y en cambio no a las construcciones jesuíticas cordobesas.

[illegible]

Imagen de Córdoba de los turistas extranjeros en Buenos Aires

- * Cuando aparece Córdoba la presencia del Rally y la Fiesta de la Cerveza de Villa General Belgrano aparecen como productos consolidados.
- * Otro dato no menor a tomar en consideración, es **el rol de las agencias de viajes y de la propia hotelería de Buenos Aires** al momento de elegir un segundo o tercer destino en Argentina.

Imagen de Córdoba de los turistas extranjeros en Buenos Aires

En muchísima mayor proporción aún que cuando hablábamos de la Argentina en general, se da aquí la relación entre referencias, amigos e Internet como difusores de la ciudad y la provincia y – en ningún caso de los entrevistados- por la promoción o publicidad turística directa.

- [illegible]

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

- En general abren grandes temáticas: confort, diversión, buena atención, seguridad, buen servicio, buena comida, mejor sistema de transportes. Cuando se repregunta respecto de qué significaría ese concepto general se caen habitualmente en tautologías: diversión es pasarla bien; seguridad es que puedas ir tranquilo por la calle; buen servicio es que atiendan bien; buena comida es que sea rica; etc.

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

- Una preocupación que atraviesa casi todas las entrevistas como demanda en diferentes grupos de edad, sexo, niveles de instrucción y socioeconómico, es el de la seguridad como valor requerido a los destinos turísticos.

Valores asociados a la demanda de los turistas extranjeros en Buenos Aires

Los jóvenes acentúan el concepto de diversión y el de conocer gente como emparentados. En este sentido, más que la oferta concreta de espectáculos y actividades para realizar, se valoran los espacios para "estar con amigos", "hacerse de amigos".

- [illegible]

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

- * También en los jóvenes aparece como emergente emparentar el viajar con el aprender, el conocer nuevos lugares y nuevas costumbres como experiencia de conocimiento en sí misma, en algunos casos un idioma, en otros simplemente "ampliar" la experiencia de vida.

Valores asociados a la demanda de los turistas extranjeros en Buenos Aires

- La búsqueda de una combinación de consumos culturales también vuelve atrayente a la ciudad de Buenos Aires: el teatro, las librerías, la arquitectura generan un conjunto muy valorado, aún cuando algunos turistas no acuerden con alguna de las ofertas en algunas variables.

- [illegible]

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

- En cuanto a la hotelería, la mayoría de los turistas piden como buen servicio condiciones de higiene, buena comunicación y atención, pero priorizan básicamente el sistema de precios. En algunos casos, sobre todo en el público más adulto, priorizan la ubicación.

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

- * En materia gastronómica, existe la percepción de que en Buenos Aires cualquier lugar tiene buena comida, aún aquellos lugares de paso, como pizzerías económicas, puestos de choripán u otras ofertas. Los turistas concurren a parrillas, lugares de pastas y pizzerías típicas más que a lugares internacionalmente standarizados (como cadenas norteamericanas de comidas rápidas).

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

En cuanto al entorno general, se valora el arte callejero, la diversidad en Teatro e incluso el teatro alternativo, los Museos con muestras bien diversas.

- [illegible]

**Valores asociados a la demanda
de los turistas extranjeros en
Buenos Aires**

En síntesis, no hay en los turistas que concurren a Buenos Aires un estándar transferible y transportable por sí mismo, sino más bien un reconocimiento de la integridad como ciudad con características propias y personalidad.

**Algunas sugerencias
de los operadores turísticos de
Buenos Aires**

- » Hay buena predisposición para encarar un posible contacto con la provincia de Córdoba en general y con la ciudad en particular. Dicha situación se demostró en la excelente predisposición a "dar consejos" a las entrevistadoras de cómo mejorar la situación que es unánimemente vista como deficitaria.

Algunas sugerencias de los operadores turísticos de Buenos Aires

Los oferentes declaran tener escasa o nula información sobre Córdoba.

Todos señalan que vienen muchísimos turistas extranjeros a Buenos Aires y que, en ningún caso, demandan información sobre Córdoba o no demandan sobre ningún destino en particular, por lo que la inferioridad de condiciones respecto del posicionamiento no se debe a una acción proactiva de las agencias y/u otros oferentes, sino más bien de la escasez de propuestas concretas o productos específicos y de información fácil de transferir a los turistas.

Algunas sugerencias de los operadores turísticos de Buenos Aires

- Señalan la necesidad de promoción en los países de origen como acción previa a la propia acción de ellos como turismo receptivo desde Buenos Aires.
- "Hoy todas las agencias hacen turismo receptivo en Buenos Aires porque es lo que más deja. A nosotros no nos importa adonde vayan, nos da lo mismo, lo que pasa es que la gente está decidida con anticipación. Llegan con la información específica, no sólo de los destinos, también de excursiones y hoteles."

- ### **Algunas sugerencias de los operadores turísticos de Buenos Aires**
-
- Señalan la necesidad de promoción en los países de origen como acción previa a la propia acción de ellos como turismo receptivo desde Buenos Aires.
 - "Hoy todas las agencias hacen turismo receptivo en Buenos Aires porque es lo que más deja. A nosotros no nos importa adonde vayan, nos da lo mismo, lo que pasa es que la gente está decidida con anticipación. Llegan con la información específica, no sólo de los destinos, también de excursiones y hoteles."

[illegible]

**Algunas sugerencias
de los operadores turísticos de
Buenos Aires**

- *"Lo más inmediato que podrían hacer es traer folletería y ofertas específicas. Habitualmente lo que hay aquí disponible es todo lo la ciudad de Buenos Aires: espectáculos, restaurantes, excursiones locales."*

**Algunas sugerencias
de los operadores turísticos de
Buenos Aires**

- “Uno vende lo que conoce.”
- “Vos me decís jesuíticas y yo pienso en San Ignacio... no ni siquiera nosotros las conocemos. Córdoba debería dar a conocer mejor sus particularidades. En general aquí tenemos una idea de Córdoba como genérica: tiene todo pero específicamente no te podría decir qué es lo que tiene.”

**Algunas sugerencias
de los operadores turísticos de
Buenos Aires**

✓ *"Creo que lo mejor que podría hacer Córdoba es desarrollar productos concretos, para públicos específicos."*

✓ *"Por ejemplo, tenemos un producto específico de Música Clásica en el Llao, Llao en Bariloche. Muchos turistas extranjeros vienen a nuestra agencia puntualmente por ese producto."*

**Algunas sugerencias
de los operadores turísticos de
Buenos Aires**

- *"No ofrecemos Córdoba básicamente porque no tenemos un tarifario completo. Tendrían que hacer un buen tarifario, como sí tenemos de los destinos más tradicionales, donde figure precios de guías, de hoteles; etc."*
- *"Hoy en día se vende por originalidad de la propuesta, y extranjeros hay muchos, pero hay que proponerles cosas concretas y originales. De Córdoba no conocemos demasiado, no tiene presencia en el circuito."*